



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

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

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

**TEMA: ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL SECTOR
TURÍSTICO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA
PARROQUIA DE TABACUNDO, PARA SU
POTENCIALIZACIÓN**

AUTORAS:

**ESPÍN HERNÁNDEZ SANDRA GABRIELA
PANATA PANATA GABRIELA DEL ROCÍO**

DIRECTOR: MSC. NOVOA BRITO CARLOS HUGO

SANGOLQUÍ

2017



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

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

Certifico que el trabajo de titulación “**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA DE TABACUNDO, PARA SU POTENCIALIZACIÓN**”, realizado por las señoritas: **ESPÍN HERNÁNDEZ SANDRA GABRIELA Y PANATA PANATA GABRIELA DEL ROCÍO**, ha sido revisado en su totalidad, el mismo que cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto permito acreditarlo y autorizar a las señoritas: **ESPÍN HERNÁNDEZ SANDRA GABRIELA Y PANATA PANATA GABRIELA DEL ROCÍO** para que lo sustenten públicamente

-Sangolquí, 30 de enero del 2017

Msc. Carlos Novoa

DIRECTOR



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

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

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **ESPÍN HERNÁNDEZ SANDRA GABRIELA** con número de cédula 172159381-0 y **PANATA PANATA GABRIELA DEL ROCÍO** con número de cédula 180370925-0, declaramos que este trabajo de titulación, “**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA DE TABACUNDO, PARA SU POTENCIALIZACIÓN**”, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría en virtud a ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 30 de enero del 2017

SANDRA GABRIELA ESPÍN HERNÁNDEZ

172159381-0

GABRIELA DEL ROCÍO PANATA PANATA

180370925-0



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Nosotros **ESPÍN HERNÁNDEZ SANDRA GABRIELA Y PANATA PANATA GABRIELA DEL ROCÍO**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA DE TABACUNDO, PARA SU POTENCIALIZACIÓN”**, cuyo contenidos, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad

Sangolquí, 30 de enero del 2017

SANDRA GABRIELA ESPÍN HERNÁNDEZ

172159381-0

GABRIELA DEL ROCÍO PANATA PANATA

180370925-0

DEDICATORIA

“Solo se puede decir que estamos vivos en esos momentos cuando nuestros corazones están conscientes de nuestros tesoros.”

Thornton Wilder

La concepción del presente proyecto está dedicada a mis padres y primos, mis papis por ser quienes han hecho de mí una mujer de bien, ellos me han demostrado que no se necesita ser reprendido para aprender y entender las lecciones de vida, siempre me educaron con amor y responsabilidad, fomentaron en mí todos los buenos valores que ahora llevo y sé que ahora son los más orgullosos con el presente logro, esto es por y para ustedes papi y mami. También les dedico este trabajo a quienes siguen mis pasos, mis primos: Daniela, David, Kevin y Karlita porque sé que soy su ejemplo y que me ven con admiración, de todo corazón mis pequeños esto es para ustedes con la finalidad de que jamás se den por vencidos y lleguen aún más lejos que yo.

Gabriela Espín

DEDICATORIA

“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”

Thomas Chalmer

Esta tesis se la dedico a mis madres: a ti mami Laura por darme la vida, por tu dedicación y lucha, a mis mamitas Josefina y María por cuidar de mí, por forjar mi carácter, por todo el amor que me brindaron y a mi tía Verito a quién considero mi segunda mami, por educarme y enseñarme a superar mis miedos y aprender de mis errores; a mi padre por su amor y consejos; a ti ñañita por inyectarme de alegría cada día; a mis primas Sandra y Silvia por brindarme todo su apoyo y confianza; de manera especial este triunfo se lo dedico a mi tío Geovanny porque tus últimas palabras siempre vienen a mi mente en momentos difíciles cuando quiero decaer sin ti no hubiese llegado tan lejos, en sí a todos mis seres queridos por estar siempre presentes y por quienes soy la mujer que soy.

Gabriela Panata

AGRADECIMIENTO

El resultado del presente proyecto representa la finalización de una de las etapas más grandiosas de mi vida, no hubiera llegado hasta aquí sin el apoyo de mi padre el Sr. Tomás Espín porque pese a cualquier circunstancia me espera en casa con el mismo ahínco y amor, papito gracias por incentivar me con tu ejemplo y palabras eres el pilar fundamental en mi vida; de igual manera a mi madre la Sra. Jenny Hernández quien desde pequeña me educó y consintió de tal manera que ahora sé que fue la mejor mujer del mundo, mamita vives en mi corazón donde estés lo logramos.

Me permito agradecer también a mi hermano Ricardo quien siempre supo ayudarme a creer en mí y mantenerme alegre en los momentos más difíciles, te amo ñaño siempre estaré para ti. Inmensa gratitud hacia mis tíos Paty y Juan por ingeniárselas para que jamás me falte nada y por estar orgullosos de mí, de manera especial a mi tía, gracias por ser mi apoyo emocional y económico, mi segunda madre y mi ejemplo de perseverancia.

Agradezco a esa personita especial que cree en mí y no deja que decaiga, gracias mi muñe por ese amor incondicional y paciencia, eres el hombre con el corazón más noble que conozco. También doy gracias a mis mejores amigas Denisse, mi pequeña por complementar todas mis locuras, por reír y llorar a mi lado, por cada bitácora vivida te adoro ñañita y Gaby por ser mi confidente, quien me aconseja y me entiende, por cada experiencia juntas y porque ahora eres como mi hermana, gracias por tu confianza para realizar este proyecto conmigo, mi flaca lo conseguimos.

Gracias al Msc. Carlos Novoa, Eco. Remigio Villacís y Dr. Elías Chandi por su asesoría en este trabajo y en general a mis profesores quienes han sido maestros en mi vida. Son muchas las personas de las que he recibido apoyo y sin importar que las mencione o no las llevo en mi corazón con una profunda gratitud, a todos ustedes quienes me dedicaron su tiempo y sonrisas gracias.

Gabriela Espín

AGRADECIMIENTO

Con la culminación de este trabajo doy fin a mi vida universitaria, misma que fue posible gracias a los esfuerzos de mi familia, es por eso que en primera instancia debo agradecerle a mi madre Laura quien es el pilar fundamental en mi vida, gracias a ti mamita por apoyarme incondicionalmente en todo momento, ser mi ejemplo de perseverancia, constancia y enseñarme a ser una mujer responsable e independiente.

A mi padre Luis por todo su esfuerzo y cariño, con quien a pesar de no haber compartido 20 años llegó a mi vida en el momento menos esperado a recompensar todo el tiempo perdido.

A mi hermanita por ser mi motivación y sembrar en mí el deseo de superación cada día, te amito Dianita. A mi tía, a quien considero como mi madre gracias a ti Verito por educarme y convertirme en la mujer que soy ahora. No puedo dejar de lado a mis primas Sandra y Silvia a quienes considero mis hermanas gracias por creer siempre en mí.

De igual manera debo agradecerle a mi novio, gracias a ti cosita por estar conmigo en todo momento apoyándome y dándome aliento para no decaer.

Al Msc. Carlos Novoa, director de tesis, por guiarnos en la realización de la presente investigación, también al Dr. Elías Chandi y Eco. Remigio Villacís por su tiempo y asesoría.

Y por último y no por eso la menos importante, a mi tocaya, mi compañera de tesis, a quien considero mi mejor amiga, gracias a ti por compartir momentos y viajes inolvidables, por abrirme las puertas de tu vida, de tu casa y hacerme sentir que formo parte de tu familia. Me faltarían hojas para nombrar a todos quienes siempre estuvieron conmigo en las buenas y en las malas, es por eso que agradezco a todas las personas que considero parte mi familia por todo su apoyo, amor y cariño.

Gabriela Panata

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	
CERTIFICADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL)	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
RESUMEN	xxiv
ABSTRACT	xxv
CAPÍTULO I	1
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes.....	2
1.3. Definición del problema	3
1.4. Justificación	5
1.5. Objetivos.....	7
1.5.1. Objetivo General	7
1.5.2. Objetivos Específicos.....	7
1.6. Metodología.....	8
1.6.1. Enfoque de investigación	8
1.6.2. Definición del tipo de investigación	9
1.6.2.1. Por su finalidad.....	9
1.6.2.2. Por las fuentes de información.....	9
1.6.2.3. Por las unidades de análisis.....	9
1.6.2.4. Por el control de las variables.....	9
1.6.2.5. Por el alcance.....	10
1.6.3. Idea a defender	10
1.6.4. Instrumentos para la recolección de la información	10
1.6.5. Procedimiento para la obtención de datos	12
1.6.6. Cobertura de las unidades de análisis	12
1.6.6.1. Pobladores	12

1.6.6.1.1. Determinación del universo	12
1.6.6.1.2. Determinación de la muestra.....	13
1.6.6.1.3. Técnicas de muestreo	14
1.6.6.1.4. Instrumento de recolección de información	14
1.6.6.2. Turistas.....	15
1.6.6.2.1. Determinación del universo	15
1.6.6.2.2. Determinación de la muestra.....	15
1.6.6.2.3. Técnicas de muestreo	16
1.6.6.2.4. Instrumento de recolección de información	17
1.6.6.3. Prestadores de servicios turísticos	17
1.6.6.3.1. Determinación del universo	17
1.6.6.3.2. Determinación de la muestra.....	18
1.6.6.3.3. Instrumento de recolección de información	19
1.6.6.4. Atractivos turísticos.....	19
1.6.6.4.1. Determinación del universo	19
1.6.6.4.2. Instrumento de recolección de información	20
1.6.6.5. Organismos reguladores	20
1.6.6.5.1. Instrumento de recolección de información	21
1.6.7. Procedimiento para el tratamiento y análisis de la información.....	21
1.7. Marco teórico.....	21
1.7.1. Perspectivas teóricas existentes	21
1.7.2. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación	22
1.7.3. Componentes teóricos	26
1.7.4. Antecedentes que sustenten la investigación	27
1.7.4.1. Investigaciones cualitativas	28
1.7.4.2. Investigaciones cuantitativas	29
1.8. Marco conceptual	29
CAPÍTULO II	35
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	
2.1. Análisis externo	36
2.1.1. Macroambiente	36
2.1.1.1. Entorno económico.....	36
2.1.1.1.1. Renta per cápita	38

2.1.1.1.2.	Tasa de desempleo	39
2.1.1.1.3.	Tasa de inflación	41
2.1.1.1.4.	Análisis del PIB	43
2.1.1.1.5.	Balanza comercial	47
2.1.1.2.	Entorno sociocultural	49
2.1.1.2.1.	Factores demográficos	49
2.1.1.2.1.1.	Tamaño de la población y distribución.....	49
2.1.1.2.1.2.	Distribución por edades	50
2.1.1.2.1.3.	Niveles de formación	51
2.1.1.2.1.4.	Niveles de ingresos.....	54
2.1.1.3.	Entorno geográfico	60
2.1.1.3.1.	Ubicación geográfica en el país	60
2.1.1.3.2.	Hidrografía.....	62
2.1.1.3.3.	Orografía	63
2.1.1.3.4.	Clima	63
2.1.1.3.5.	Infraestructura vial.....	64
2.1.1.3.6.	Servicios básicos (agua, luz, teléfono y otros)	66
2.1.1.4.	Entorno tecnológico	67
2.1.1.4.1.	Conectividad.....	68
2.1.1.4.2.	Sistemas informáticos	69
2.1.1.5.	Entorno político.....	70
2.1.1.5.1.	Forma de gobierno	70
2.1.1.5.2.	Estabilidad política.....	71
2.1.1.5.3.	Planes y programas gubernamentales.....	73
2.1.1.5.4.	Convenios y programas de cooperación internacional	74
2.1.1.6.	Entorno legal.....	75
2.1.1.6.1.	Constitución de la República del Ecuador	75
2.1.1.6.2.	Tratados y convenios internacionales	76
2.1.1.6.3.	Leyes y reglamentos	76
2.1.1.6.4.	Permisos de operación y funcionamiento.....	81
2.1.2.	Microambiente	81
2.1.2.1.	Atractivos turísticos (naturales y culturales) de Tabacundo	81

2.1.2.2. Clientes, turistas y/o visitantes.....	86
2.1.2.3. Competencia directa e indirecta	86
2.1.2.4. Sustitutos.....	87
2.1.2.5. Proveedores	87
2.1.2.6. Organismos reguladores	87
2.2. Análisis interno	88
2.2.1. Constitución legal de Pedro Moncayo.....	88
2.2.2. Recursos y capacidades	88
2.2.2.1. Tangibles	88
2.2.2.1.1. Económicos y financieros.....	88
2.2.2.1.2. Físicos	89
2.2.2.1.3. Tecnológicos	92
2.2.2.1.4. Estructura organizacional	93
2.2.3. Intangibles.....	95
2.2.3.1. Humanos	95
2.2.3.2. Innovación y creatividad	95
2.2.3.3. Prestigio y reconocimiento.....	96
2.3. Análisis FODA	96
2.3.1. Fortalezas	96
2.3.2. Oportunidades	97
2.3.3. Debilidades	97
2.3.4. Amenazas	97
2.3.5. Matriz FODA	98
2.3.6. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	100
2.3.7. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	101
2.3.8. Matriz de vulnerabilidad (MV)	102
2.3.9. Matriz de aprovechabilidad (MA).....	103
2.3.10. Matriz de estrategias cruzadas	104
CAPÍTULO III	103
ESTUDIO DE MERCADO	
3.1. Estudio de la Población	106
3.1.1. Datos generales.....	106
3.1.2. Análisis económico	108
3.1.2.1. Niveles de ingresos de la parroquia.....	108

3.1.2.2. Actividades económicas	111
3.1.2.3. El turismo como fuente de empleo	113
3.1.3. Análisis social	117
3.1.3.1. Nivel de educación	117
3.1.3.2. Acceso a la salud.....	119
3.1.3.3. Acceso a servicios básicos	121
3.1.3.4. Acceso a vivienda.....	122
3.1.3.5. Calidad de los medios de transporte	123
3.2. Estudio de la demanda.....	125
3.2.1. Definición del perfil del cliente.....	125
3.2.2. Situación de la Demanda actual	143
3.3. Estudio de la oferta.....	144
3.3.1. Situación actual de los prestadores de servicios	144
3.3.2. Análisis de la competencia a nivel local y/o regional	165
3.3.3. Fichas de observación	166
3.3.4. Evaluación de los atractivos turísticos	186
3.4. Organismo regulador.....	194
3.4.1. Entrevista al GAD de Pedro Moncayo.....	194
3.4.2. Evaluación del GAD de Pedro Moncayo	199
3.5. Medios publicitarios	202
3.5.1. Percepción de los medios publicitarios existentes	202
3.5.2. Evaluación de los medios publicitarios.....	203
CAPÍTULO IV	203
PROPUESTA	
4.1. Introducción	207
4.2. Planteamiento de estrategias	209
4.2.1. Estrategia 1 Fortalecimiento de los atractivos turísticos en la página web del GAD Pedro Moncayo	209
4.2.1.1. Descripción del proceso	210
4.2.1.2. Modelo de página Web- Oferta de atractivos turísticos de Tabacundo.....	213
4.2.1.3. Modelo de mapa turístico	217
4.2.2. Estrategia 2 Propuesta de talleres de emprendimiento turístico	219

4.2.2.1. Descripción del proceso	220
4.2.2.1.1. Antecedentes	220
4.2.2.1.2. Nombre.....	221
4.2.2.1.3. Objetivo	222
4.2.2.2. Beneficiarios	222
4.2.2.3. Capacitadores.....	222
4.2.2.3.1. Perfil del capacitador	223
4.2.2.4. Requerimientos.....	223
4.2.2.5. Temario	224
4.2.2.6. Full Day	228
4.2.2.6.1. Descripción.....	228
4.2.2.6.2. Itinerario	229
4.2.2.6.3. Cotización.....	230
4.2.2.7. Seguimiento a participantes	230
4.2.2.8. Tríptico Talleres de emprendimiento turístico	231
4.2.3. Estrategia 3 Propuesta de un modelo de registro de ingreso de turistas	234
4.2.3.1. Descripción del proceso	234
4.2.3.2. Modelo.....	234
4.2.4. Cronograma	237
4.2.5. Presupuesto.....	237
4.2.6. Matriz de Involucrados	240
CAPÍTULO V	236
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	242
5.1. Conclusiones	242
5.2. Recomendaciones.....	244
REFERENCIAS	247
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB per cápita 2008-2015	38
Tabla 2 Tasa de desempleo 2008-2015	40
Tabla 3 Tasa de inflación anual 2013-2016	41
Tabla 4 PIB anual 2008-2015	43
Tabla 5 PIB de la industria de alojamiento y servicios de comida	45
Tabla 6 Tasa de variación del PIB 2008-2015	46
Tabla 7 Distribución nacional por edades 2010	50
Tabla 8 Nivel de analfabetismo nacional	52
Tabla 9 Nivel de analfabetismo Tabacundo.....	53
Tabla 10 Composición de la población-Ecuador.....	55
Tabla 11 Población económicamente activa PEA - Pedro Moncayo	57
Tabla 12 Auto identificación de la población-Ecuador	58
Tabla 13 Distribución de etnias – Pedro Moncayo.....	59
Tabla 14 Infraestructura vial– Pedro Moncayo	64
Tabla 15 Nivel de acceso a servicios básicos-Pedro Moncayo	66
Tabla 16 Conectividad-Pedro Moncayo	68
Tabla 17 Género- Pobladores de Tabacundo.....	106
Tabla 18 Edad-Pobladores de Tabacundo	107
Tabla 19 Ingreso mensual por familia- Pobladores de Tabacundo.....	108
Tabla 20 Formas de pago- Pobladores de Tabacundo.....	110
Tabla 21 Ocupación – Pobladores de Tabacundo.....	111
Tabla 22 Beneficio del turismo- Pobladores de Tabacundo.....	113

Tabla 23 Predisposición para invertir en turismo- Pobladores de Tabacundo.....	114
Tabla 24 Importancia del turismo- Pobladores de Tabacundo.....	115
Tabla 25 Turismo preferido- Pobladores de Tabacundo.....	116
Tabla 26 Nivel de instrucción- Pobladores de Tabacundo.....	117
Tabla 27 Acceso a dispensario médico- Pobladores de Tabacundo	119
Tabla 28 Tipo de dispensario médico- Pobladores de Tabacundo	120
Tabla 29 Acceso a servicios básicos- Pobladores de Tabacundo	121
Tabla 30 Acceso a vivienda propia- Pobladores de Tabacundo	122
Tabla 31 Calidad del transporte público- Pobladores de Tabacundo	124
Tabla 32 Género-Turistas de Tabacundo	126
Tabla 33 Edad-Turistas de Tabacundo.....	127
Tabla 34 Procedencia-Turistas de Tabacundo	128
Tabla 35 Ocupación-Turistas de Tabacundo	129
Tabla 36 Nivel de instrucción-Turistas de Tabacundo	130
Tabla 37 Motivos principales de visita-Turistas de Tabacundo.....	131
Tabla 38 Tipo de turismo que practica-Turistas de Tabacundo	132
Tabla 39 Días de visita-Turistas de Tabacundo.....	133
Tabla 40 Frecuencia de visita-Turistas de Tabacundo	134
Tabla 41 Cómo suele viajar-Turistas de Tabacundo	135
Tabla 42 Nivel de ingresos-Turistas de Tabacundo.....	136
Tabla 43 Gasto promedio-Turistas de Tabacundo.....	137
Tabla 44 Forma de pago-Turistas de Tabacundo	138
Tabla 45 Medios de transporte-Turistas de Tabacundo	139
Tabla 46 Tipo de alojamiento-Turistas de Tabacundo	139

Tabla 47 Tipo de A&B-Turistas de Tabacundo	140
Tabla 48 Tipo de turismo preferido-Turistas de Tabacundo	142
Tabla 49 Grado de interés de los atractivos naturales-Turistas de Tabacundo.....	186
Tabla 50 Grado de interés de los atractivos culturales-Turistas de Tabacundo.....	188
Tabla 51 Conocimiento de los atractivos turísticos- Pobladores de Tabacundo.....	192
Tabla 52 Desempeño del Municipio- Pobladores de Tabacundo.....	199
Tabla 53 Servicios que deben mejorar o implementar-Turistas de Tabacundo.....	201
Tabla 54 Medios publicitarios-Turistas de Tabacundo.....	203
Tabla 55 Medios publicitarios-Pobladores de Tabacundo	205

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fórmula de la población finita	13
Figura 2 Fórmula de la población infinita	15
Figura 3 Muestra prestadores de servicios	18
Figura 4 Total de atractivos turísticos	20
Figura 5 Componentes teóricos.....	26
Figura 6 PIB per cápita 2008-2015	39
Figura 7 Tasa de desempleo 2008-2015	40
Figura 8 Tasa de inflación anual 2013-2016.....	42
Figura 9 PIB anual 2008-2015	44
Figura 10 PIB de alojamiento y servicios de comida 2008-2015	45
Figura 11 Tasa de variación del PIB 2008-2016.....	47
Figura 12 Balanza turística 2015-2016	48
Figura 13 Distribución nacional por edades 2010	51
Figura 14 Nivel de analfabetismo nacional	53
Figura 15 Nivel de analfabetismo Tabacundo.....	54
Figura 16 Composición de la población-Ecuador	55
Figura 17 Nueva clasificación de la Población económicamente activa	56
Figura 18 Población económicamente activa - Pedro Moncayo	57
Figura 19 Auto identificación de la población-Ecuador	58
Figura 20 Distribución de etnias – Pedro Moncayo	59
Figura 21 Mapa político cantonal - Pedro Moncayo.....	61
Figura 22 Tipos de climas - Pedro Moncayo.....	63
Figura 23 Infraestructura vial – Pedro Moncayo	65

Figura 24 Nivel de acceso a servicios básicos-Pedro Moncayo	66
Figura 25 Conectividad-Pedro Moncayo.....	68
Figura 26 Mapa de Cooperación Internacional-Ecuador.....	74
Figura 27 Atractivos turísticos - Tabacundo.....	85
Figura 28 Instalaciones GAD de Pedro Moncayo	89
Figura 29 Ingreso al auditorio - Tabacundo	90
Figura 30 Toma desde la puerta de salida del auditorio - Tabacundo	90
Figura 31 Centro de desarrollo empresarial – Tabacundo.....	91
Figura 32 Dirección de Gestión Social y Planeación Estratégica - Tabacundo.....	92
Figura 33 Estructura organizacional – GAD Pedro Moncayo.....	94
Figura 34 Matriz FODA – Tabacundo	99
Figura 35 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)-Tabacundo	100
Figura 36 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)-Tabacundo	101
Figura 37 Matriz de vulnerabilidad (MV)-Tabacundo	102
Figura 38 Matriz de aprovechabilidad (MA)-Tabacundo	103
Figura 39 Matriz de estrategias cruzadas - Tabacundo.....	105
Figura 40 Género- Pobladores de Tabacundo.....	106
Figura 41 Edad- Pobladores de Tabacundo	107
Figura 42 Ingreso mensual por familia- Pobladores de Tabacundo.....	109
Figura 43 Formas de pago- Pobladores de Tabacundo	110
Figura 44 Ocupación – Pobladores de Tabacundo.....	111
Figura 45 Beneficio del turismo- Pobladores de Tabacundo	113

Figura 46 Predisposición para invertir en turismo- Pobladores de Tabacundo.....	114
Figura 47 Importancia del turismo- Pobladores de Tabacundo	115
Figura 48 Turismo preferido- Pobladores de Tabacundo.....	116
Figura 49 Nivel de instrucción- Pobladores de Tabacundo.....	117
Figura 50 Acceso a dispensario médico- Pobladores de Tabacundo	119
Figura 51 Tipo de dispensario médico- Pobladores de Tabacundo.....	120
Figura 52 Acceso a servicios básicos- Pobladores de Tabacundo.....	121
Figura 53 Acceso a vivienda propia- Pobladores de Tabacundo.....	123
Figura 54 Calidad del transporte público- Pobladores de Tabacundo	124
Figura 55 Género-Turistas de Tabacundo	126
Figura 56 Edad-Turistas de Tabacundo.....	127
Figura 57 Procedencia-Turistas de Tabacundo	128
Figura 58 Ocupación-Turistas de Tabacundo.....	129
Figura 59 Nivel de instrucción-Turistas de Tabacundo	130
Figura 60 Motivos principales de visita-Turistas de Tabacundo	131
Figura 61 Tipo de turismo que practica -Turistas de Tabacundo.....	132
Figura 62 Días de visita-Turistas de Tabacundo	134
Figura 63 Frecuencia de visita-Turistas de Tabacundo	134
Figura 64 Cómo suele viajar-Turistas de Tabacundo	135
Figura 65 Nivel de ingresos-Turistas de Tabacundo	136
Figura 66 Gasto promedio-Turistas de Tabacundo	137
Figura 67 Forma de pago-Turistas de Tabacundo.....	138
Figura 68 Medios de transporte-Turistas de Tabacundo	139
Figura 69 Tipo de alojamiento-Turistas de Tabacundo.....	140

Figura 70 Tipo de A&B-Turistas de Tabacundo.....	141
Figura 71 Tipo de turismo preferido-Turistas de Tabacundo	142
Figura 72 Primera hoja- Entrevista 01	145
Figura 73 Segunda hoja - Entrevista 01.....	146
Figura 74 Tercera hoja - Entrevista 01	147
Figura 75 Primera hoja - Entrevista 02	148
Figura 76 Segunda hoja - Entrevista 02.....	149
Figura 77 Tercera hoja - Entrevista 02	150
Figura 78 Primera hoja - Entrevista 03	152
Figura 79 Segunda hoja - Entrevista 03.....	153
Figura 80 Tercera hoja - Entrevista 03	154
Figura 81 Primera hoja - Entrevista 04	155
Figura 82 Segunda hoja - Entrevista 04.....	156
Figura 83 Tercera hoja - Entrevista 04	157
Figura 84 Primera hoja - Entrevista 05	158
Figura 85 Segunda hoja - Entrevista 05.....	159
Figura 86 Tercera hoja - Entrevista 05	160
Figura 87 Primera hoja - Entrevista 06	161
Figura 88 Segunda hoja - Entrevista 06.....	162
Figura 89 Tercera hoja - Entrevista 06	163
Figura 90 Ficha de observación 01.....	167
Figura 91 Ficha de observación 02.....	169
Figura 92 Ficha de observación 03.....	171
Figura 93 Ficha de observación 04.....	173
Figura 94 Ficha de observación 05.....	175

Figura 95 Ficha de observación 06.....	177
Figura 96 Ficha de observación 07.....	179
Figura 97 Ficha de observación 08.....	181
Figura 98 Ficha de observación 09.....	183
Figura 99 Ficha de observación 10.....	185
Figura 100 Grado de interés de los atractivos naturales-Turistas de Tabacundo.....	186
Figura 101 Grado de interés de los atractivos culturales-Turistas de Tabacundo.....	189
Figura 102 Conocimiento de los atractivos turísticos-Pobladores de Tabacundo.....	193
Figura 103 Desempeño del Municipio- Pobladores de Tabacundo	199
Figura 104 Servicios que deben mejorar o implementar-Turistas de Tabacundo.....	201
Figura 105 Medios publicitarios-Turistas de Tabacundo.....	204
Figura 106 Medios publicitarios-Pobladores de Tabacundo	205
Figura 107 Página de inicio- GAD Pedro Moncayo	210
Figura 108 Pestaña de turismo -GAD Pedro Moncayo.....	211
Figura 109 Presentación atractiva GAD Pedro Moncayo.....	212
Figura 110 Especificaciones de los atractivos-GAD Pedro Moncayo	212
Figura 111 Modelo propuesto- Página de inicio.....	214
Figura 112 Modelo propuesto- Pestaña La Ciudad	215
Figura 113 Modelo propuesto- Pestaña ¿Qué visitar?.....	215
Figura 114 Modelo propuesto -Pestañas de la home page	216
Figura 115 Modelo propuesto – Espacio para sugerencias.....	216
Figura 116 Modelo propuesto – Mapa Turístico	218

Figura 117 Nombre y slogan de los talleres.....	221
Figura 118 Capacitación en calidad turística	225
Figura 119 Capacitación en turismo local.....	226
Figura 120 Capacitación en gastronomía	228
Figura 121 Itinerario full day	229
Figura 122 Cotización del paquete full day	230
Figura 123 Anverso – Tríptico Taller de emprendimiento turístico.....	232
Figura 124 Reverso – Tríptico Taller de emprendimiento turístico	233
Figura 125 Registro de ingreso de turistas	235
Figura 126 Encabezado – Modelo de registro de ingreso de turistas	236
Figura 127 Cronograma-Estrategia: pág. web	237
Figura 128 Cronograma-Estrategia: talleres de emprendimiento	237
Figura 129 Cronograma-Estrategia: registro de ingresos	237
Figura 130 Matriz presupuestaria	239
Figura 131 Matriz de involucrados en las estrategias	241

RESUMEN

En la actualidad el turismo es considerado una de las industrias que más dinamizan la economía y fomentan el crecimiento social a nivel global, por su parte Ecuador al ser un país megadiverso, pluricultural y multiétnico ha impulsado el progreso sostenible de este sector en la última década, en consecuencia el cantón Pedro Moncayo y las parroquias que lo integran como Tabacundo también deben orientarse hacia un desarrollo socioeconómico basado en el turismo. El presente proyecto tiene como finalidad analizar el impacto que dejan las actividades turísticas en Tabacundo para determinar estrategias que lo potencialicen en tal ámbito; con este propósito como punto de partida se estudiaron bases teóricas que sustenten y direccionen la investigación luego se planteó un análisis externo e interno que enlace el contexto nacional con la situación de la parroquia. Bajo estos antecedentes, se estructuró un estudio de mercado que enfoque a los actores que intervienen en el turismo, es decir: pobladores, prestadores de servicios, turistas y la entidad reguladora, en este mismo apartado se analizaron los atractivos turísticos que posee la parroquia. Como resultado se obtuvo el escenario real de cada involucrado permitiendo así plantear tres estrategias que impulsen el turismo; la primera es el fortalecimiento de la página web que maneja la actual administración, la segunda se trata de capacitaciones dirigidas hacia los pobladores y prestadores de servicios y la última es un modelo de registro de ingreso de turistas. Como desenlace del proyecto se obtuvieron conclusiones y recomendaciones.

PALABRAS CLAVE

- **DESARROLLO SOCIECONÓMICO**
- **TURISMO**
- **ESTRATEGÍA DE POTENCIALIZACIÓN**
- **TABACUNDO**
- **POBLACIÓN**

ABSTRACT

Nowadays tourism is considered one of the industries that most dynamizes the economy and promotes social growth globally, for its part Ecuador as a megadiverse, pluricultural and multi-ethnic country has driven the sustainable progress of this sector in the last decade, consequently the canton Pedro Moncayo and the parishes that integrate it like Tabacundo also shall be directed to a socioeconomic development based on the tourism. The purpose of this project is to analyze the impact of tourism activities in Tabacundo, to determine strategies that will enhance it in this area; with this purpose as point of departure, theoretical bases were studied that support and direct the investigation, then an external and internal analysis was proposed, linking the national context with the situation of the parish. Given this background, a market study was structured to focus on the actors involved in tourism: settlers, service providers, tourists and regulator, in this same section the tourist attractions of the parish were analyzed. As a result, the real scenario of each involved was obtained, thus allowing three strategies to be used to promote tourism: the first one is the strengthening of the web page managed by the current administration, the second is training aimed at the residents and service providers and the last one is a model of registration of tourists. As a result of the project, conclusions and recommendations were obtained.

KEY WORDS

- **SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT**
- **TURISM**
- **POTENTIALIZATION STRATEGY**
- **TABACUNDO**
- **POPULATION**

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Introducción

El análisis de la influencia del sector turístico en el desarrollo socioeconómico de la parroquia de Tabacundo, para su potencialización se realiza con el fin de verificar su situación actual y proponer soluciones, se piensa que debido a la poca información y escasos estudios similares tanto Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Pedro Moncayo, prestadores de servicios y pobladores no aprovechan de una manera óptima el turismo en la localidad; por consiguiente, este estudio pretende proporcionar los datos necesarios en cuanto a la realidad del impacto turístico en los ámbitos social y económico en la parroquia para establecer estrategias sostenibles que les permitan a los diferentes actores tomar decisiones, invertir y ampliar el turismo en la zona.

La presente investigación en primer término se sustentará en indagaciones teóricas, a través de las cuales se pretende una aplicación de las mismas en el trabajo de campo, para este efecto se toman en cuenta teorías administrativas y otras pertenecientes netamente al ámbito turístico; en la segunda parte se realizará un diagnóstico situacional con el fin de detectar el contexto interno y externo que tiene Tabacundo; a continuación el tercer paso será el estudio de campo, donde se aplicarán técnicas e instrumentos de investigación como encuestas y entrevistas a los diferentes involucrados con la intención de obtener información lo más objetiva posible que permita realizar un análisis y en consecuencia realizar la cuarta parte del presente trabajo, la propuesta que conlleva estrategias de potencialización turística basadas en la situación del turismo en la parroquia y en las teorías

previamente estudiadas y para finalizar en el siguiente capítulo se presentarán las respectivas conclusiones y recomendaciones.

La investigación se manejará bajo el método sistémico a través de la relación de dos variables, en este caso el turismo con el ámbito socioeconómico, con la consideración de que el sector turístico no está aislado ya que depende del nivel de interés y apoyo de la población para su desarrollo y potencialización equilibrada, esto con el objetivo de atraer un mayor número de demandantes, teniendo en cuenta que ningún atractivo va a lograr posicionarse sin el soporte y regularización de organismos gubernamentales. El tema de investigación se realizará gracias a la apertura y acompañamiento por parte de las respectivas autoridades, la disponibilidad y predisposición de los habitantes tanto como de los turistas que acudan; no obstante, si estos factores de éxito no se dieran serían fuertes restricciones para la obtención de los datos necesarios.

1.2. Antecedentes

El sector turístico se ha desarrollado notablemente en los últimos años, ahora no hay un país o región sin que se beneficie del mismo, en consecuencia existen estudios en los cuales sus autores aseveran la necesidad de que una localidad sepa cómo administrar sus recursos turísticos; aunque, este es un fenómeno de incidencia social muy difícil de valorar, así se refiere “los instrumentos para estimar el impacto económico del turismo, sobre todo a nivel regional y local son, sin embargo, insuficientes y no permiten evaluar con precisión la importancia que esta actividad puede llegar a tener en niveles subnacionales” (Rodríguez & Martínez, 2009, p. 162)

Miriam Ceilema Ninabanda y Jennifer González Banchón realizaron en el año 2010, un estudio sobre el “Análisis de la influencia cultural del turismo en la población local Salinas – Santa Elena”, cuyo principal resultado fue que la actividad turística es la principal fuente generadora de empleo con repercusión

en otros sectores, su evolución favorable es imprescindible para el crecimiento económico de las localidades que desarrollan esta actividad.

También se menciona que el turismo mejora la cultura y la educación, la población se interesa en aprender nuevos idiomas y expresar su cultura a través de fiestas populares y religiosas, sin un correcto manejo pueden causar efectos sociales negativos, en el peor de los escenarios, generando efectos perjudiciales como pérdida de valores morales, que afectan a la población más vulnerable como son los jóvenes.

En el año 2015 se investigó acerca de la “Influencia del turismo comunitario en la economía sustentable de las comunidades de la Parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra y propuesta de desarrollo” por Sonia Suárez Vanegas, donde concluyen que el turismo se ha convertido en una herramienta estratégica para el crecimiento económico y social, dando a relucir la capacidad de liderazgo de los miembros directivos de la comunidad.

1.3. Definición del problema

San Juan de Tabacundo como cabecera cantonal de Pedro Moncayo es la parroquia con mayor movimiento económico y la única urbana dentro del cantón, posee atractivos culturales, naturales y gastronómicos; a pesar de ello la mayoría de sus pobladores se dedican a la agricultura y floricultura en las parroquias aledañas, dado que desde Pedro Moncayo se produce una cifra importante de flores para exportar a nivel mundial, en consecuencia ésta última es la principal actividad económica para sus habitantes y se ha convertido en la única alternativa de desarrollo socioeconómico; sin embargo, esto ocurre por la escasez estudios y estrategias que fomenten la actividad turística y a razón de ello los pobladores desconocen la importancia del turismo en una localidad, tal como se sustenta:

El turismo por otra parte, en una economía como la ecuatoriana, altamente dependiente de los ingresos del petróleo, es considerado como una actividad generadora de empleo y de redistribución de la riqueza, integradora y complementaria con múltiples actividades. Por cada empleo directo que se genera en turismo se crean entre 3 y 6 puestos de empleo indirecto. De hecho, el turismo se constituye así en una estrategia relevante para la superación de la pobreza (Ruiz & Solis, 2007, p.30)

Es evidente entonces que la problemática esencial es la insuficiente información acerca del impacto que tiene el turismo en su bienestar económico y desarrollo social; en efecto, surge el presente estudio con el fin de ser una fuente de información para que el GAD, prestadores de servicios y habitantes de Tabacundo lleven a cabo las estrategias de potencialización turística que se plantearán, cabe mencionar que este direccionamiento estará acorde a los razonamientos obtenidos en el estudio de mercado.

Según las consideraciones anteriores, se enfatiza en que hay una insuficiencia de estudios que determinen la potencialidad turística de la parroquia y aún menos que correlacionen al turismo con otras disciplinas necesarias para su análisis como se pretende hacer en este trabajo de investigación, donde se visualiza al ámbito turístico como una red interdisciplinaria, dado que es parte del sector terciario y en consecuencia es la suma de varios factores influyendo así directamente en el acontecer de Tabacundo, en este sentido el autor Quesada (2010) sustenta: “Muchas son las investigaciones relacionadas con aspectos referidos al impacto socioeconómico, político, cultural y ambiental del turismo; a su vez, constituyen la temática general de la cual se derivan estudios más específicos o englobantes de estos y otros aspectos” (p. 133), bajo estos parámetros es aún más imprescindible que los actores turísticos en Tabacundo tengan información pertinente, actualizada y que englobe su realidad social y económica que les permita impulsar al turismo como un pilar que fomente su desarrollo.

1.4. Justificación

La presente investigación permitirá determinar el impacto que tiene la actividad turística en Tabacundo, esta información puede ser útil para que la población no se limite a sus actividades agrícolas o florícolas sino que opte por aprovechar recursos que están creciendo a nivel nacional como es el turismo. Todo esto se alinea con los objetivos del Plan del Buen Vivir, teniendo como referente el cambio de la Matriz Productiva donde el turismo es tomado en cuenta como un sector estratégico que influye positivamente en el desarrollo económico de la población.

De acuerdo con el parámetro anterior es indispensable que se gestione el turismo con políticas económicas que alcancen el máximo de aprovechabilidad de los recursos turísticos y que al mismo tiempo ocasionen un crecimiento económico y un avance social, a razón de esto se sustenta:

El turismo es una industria más de la actividad económica de un país, si bien la importancia de ésta en la economía varía de unos países a otros, dependiendo del volumen de turistas que sea capaz de atraer y del volumen de ingresos que este negocio genere. Por tanto, la política turística tiene que formar parte de la estrategia adoptada por un país en relación con su política económica, ya que el turismo también contribuye a la generación de riqueza en el territorio (Pulido, 2012, p. s/n)

En consecuencia el turismo es un acontecer socioeconómico que incrementa las posibilidades de superación para un país, región o sector, éste avanza aceleradamente conduciendo a desarrollar nuevas tendencias por lo cual es lógico que tanto la población de Tabacundo y su respectivo GAD tengan estrategias y políticas encaminadas a un turismo sustentable.

Actualmente se hace uso de varias herramientas entre ellas y una de las más utilizadas está la matriz FODA utilizada “para sintetizar una amplia gama

de información y ayudar a la transición del enfoque estratégico de la empresa” (Ferrell & Hartline, 2012, p. 131) de esta forma se considera que el objetivo primordial consiste en obtener conclusiones sobre la forma en la que el objeto que se estudia sea capaz de tomar decisiones, constituyéndose en el primer paso, ya que por consiguiente se debe establecer estrategias en base a objetivos planteados anteriormente, a su vez se identifican las metas y tácticas que complementan su realización, lo cual implica un análisis previo de los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo en la parroquia y que inciden sobre su desempeño interno, puesto que potencialmente pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

El estudio de mercado es determinante para saber si el proyecto es viable o no en su realización, evaluando aspectos del entorno como la oferta, el flujo de turistas, la opinión y apreciación del desarrollo turístico por parte de los pobladores, los atractivos y sus componentes, tanto naturales como culturales. Las herramientas que se usarán en el presente estudio serán encuestas, observaciones, entrevistas, fichas de observación y consultas directas, que permitirán obtener datos sobre los gustos, tendencias y preferencias del turismo actual. Así también, se indagará en los temas referentes a la promoción turística que maneja la zona para determinar resultados en base a esto de tal manera que a futuro se planteen nuevas estrategias que permitan atraer la afluencia de un mayor número de turistas.

La propuesta termina con el análisis de todos los aspectos socio-económicos que enfrenta la localidad, y si estos se han visto influenciados o no por el sector turístico, con esta información se podrán plantear estrategias futuras, con el fin de darle un realce al turismo en esta zona además ayudará a determinar la incidencia positiva o negativa del manejo de su territorio, recursos naturales, culturales y qué tan capacitada e involucrada está la población en temas turísticos. Es importante detallar factores sociales que influyan y afecten directa e indirectamente en la zona de Tabacundo para que

no interfieran negativamente en el crecimiento del sector turístico y plantear estrategias que den solución a dichos inconvenientes.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Analizar la influencia de la actividad turística en el desarrollo social y económico de la población tabacundeña, mediante una investigación que afirme la incidencia del turismo en la parroquia, con el fin de plantear estrategias que potencialicen al sector.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Estudiar las bases teóricas-científicas mediante la investigación bibliográfica y documental, para que la propuesta del proyecto se sustente en conceptos y proposiciones planteadas por diferentes autores.
- Ejecutar un diagnóstico situacional de la Parroquia de Tabacundo, para identificar posibles falencias que se relacionan entre el campo turístico y el factor socioeconómico, con la finalidad de corregirlos para potencializar apropiadamente la economía a través de la actividad turística.
- Efectuar un estudio de mercado que provea información verídica y confiable, con la finalidad de determinar aspectos importantes del comportamiento de la demanda y oferta del turismo en Tabacundo y sus sectores de influencia.
- Plantear una propuesta de potencialización turística mediante estrategias que ayuden a fortalecer esta actividad, con el fin de que

haya un avance a nivel social y económico para los pobladores de Tabacundo.

1.6. Metodología

1.6.1. Enfoque de investigación

La investigación se realizará siguiendo el método sistémico, este es un proceso donde se relacionan hechos aislados y se formula una teoría que unifica diversos elementos, en este caso se analizarán los factores socioeconómicos con los que se comprobará la existencia o no de actividad turística y en consecuencia identificar algunas reglas, patrones y sucesos para preparar un direccionamiento turístico adecuado a futuro, a su vez se examinarán las relaciones dentro del campo turístico y la dinámica del mismo; al seguir este método se adquiere un orden determinado por reglas que permiten llegar a tener una comprensión integral del objeto de estudio, en efecto se debe conocer e identificar ciertos aspectos fundamentales como: los componentes de las variables, el medio y la estructura del mismo; además tener la capacidad de diferenciar las variables, interpretar correctamente los resultados que arrojan el desempeño de las mismas y por último integrarlas para crear una propuesta de desarrollo turístico en Tabacundo. Además se utilizarán otras herramientas como la observación sistemática que requiere de un control adecuado que garantice la mayor objetividad, se continuará con entrevistas a los prestadores de servicios y personal encargado del turismo en el GAD de la parroquia por último se establecerán encuestas dirigidas a los turistas que visitan el sector y a los pobladores que habitan en la parroquia, con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

1.6.2. Definición del tipo de investigación

1.6.2.1. Por su finalidad.

Por el tipo de investigación, de acuerdo a la finalidad, se aplicará la investigación básica también llamada pura o fundamental “comprende cualquier tipo que consista en una investigación original cuya finalidad sea el progreso del conocimiento científico” (Cegarra, 2011, p. 42).

1.6.2.2. Por las fuentes de información.

Concerniente a las fuentes de información, en un principio será documental, entiéndase como “resultados de investigaciones previas basadas en fuentes primarias, como artículos y libros” (Ramírez Bacca, 2010, p.101) a los que el investigador recurre para su investigación, se obtendrán de las siguientes fuentes: libros, revistas, papers, análisis de documentos, que en realidad son los primeros datos que se consiguen pero se ubican en un segundo orden de importancia respecto del problema, por otra parte al avanzar en el desarrollo de la investigación se adquirirá información verídica y confiable de fuentes primarias convirtiéndose en información relevante, exacta y pertinente referente al problema de estudio.

1.6.2.3. Por las unidades de análisis.

De acuerdo a las unidades de análisis, será in situ, donde “se recolecta la información fundamentándose en testificaciones basadas en una observación determinada, pero que no sirve para dar una validez científica, ya que dependen de interpretaciones subjetivas y carecen de objetividad precisa” (Landeau, 2007, p. 64).

1.6.2.4. Por el control de las variables.

Referente al control de las variables que tendrá el proyecto de investigación, será no experimental seccional de tipo correlacional donde “tienen como

propósito medir el grado de relación que existen entre dos o más conceptos o variables” (Díaz Narváez, 2009, p. 181) examinando cuatro variables: población, prestadores de servicios, turistas, representantes del GAD provincial y la relación de las mismas.

1.6.2.5. Por el alcance.

Al analizar el alcance de la investigación se eligió utilizar la descriptiva, con el propósito de establecer el comportamiento del fenómeno, a través de este tipo de estudio se miden las variables implícitas en los objetivos de la investigación, cuyo propósito “es describir características (procedencia, edad, nivel socioeconómico de los turistas, entre otras), cuantificar comportamientos y explicar actitudes” (Bigné, Font, & Andreu, 2005, p. 272).

1.6.3. Idea a defender

La gran cantidad de atractivos que posee la parroquia permite que sus pobladores aprovechen estos recursos para generar un beneficio económico y crecimiento social, en consecuencia la variable independiente es el turismo y la dependiente el desarrollo socioeconómico, con una relación directamente proporcional dado que mientras más turismo haya mayor será el avance económico-social de Tabacundo y viceversa; es decir se va a identificar el grado de influencia negativa o positiva del turismo sobre el crecimiento de la comunidad.

1.6.4. Instrumentos para la recolección de la información

La población objeto de estudio está constituida por los pobladores, turistas, prestadores de servicios turísticos y el GAD de Pedro Moncayo. Con este antecedente, los instrumentos de recolección de la información que se utilizaron son: encuestas y entrevistas. Además, con el fin de sustentar las estrategias que se plantearán en la propuesta se elaborarán fichas de observación por cada atractivo turístico de la parroquia.

La encuesta se aplicó a los pobladores para obtener información sobre: ingresos, conocimiento de la parroquia, preferencia de formas de pago, atractivos más representativos y lucrativos, vías de acceso, acceso a servicios públicos y de salud, percepción de la actividad turística y de la inversión en el sector turístico por parte del GAD, preferencias de actividades turísticas y su participación en las mismas; y, a su vez también se aplicó a los turistas para recolectar datos acerca de: estatus económico, percepción del precio, motivos para su visita, medios de información, preferencias en alojamiento, alimentos y bebidas, formas de pago, medios de transporte y alternativas de accesibilidad a la parroquia.

La entrevista se empleó para los prestadores de servicios y el GAD; mediante el guion de entrevista al primer grupo para recabar información acerca de: oferta, costos, frecuencia de demanda, política de precios, proveedores, capacidad de los establecimiento, vías de acceso, categoría del establecimiento; de la misma forma al segundo grupo para identificar aspectos como: inversión en el área turística, canales de distribución, niveles de ingreso de la parroquia y catastro turístico.

La observación de los atractivos se realizó utilizando fichas de observación con las cuales se determinan datos geográficos, estado de conservación, manejo de prácticas ambientales, vías de acceso e impacto del turismo en los recursos ambientales.

A su vez se obtuvo información de fuentes secundarias como:

- Ministerio de Turismo: para obtener información relacionada con el tema de investigación tanto sector turístico como cantones aledaños y de proyectos que tiene el Ministerio para desarrollar en esta zona.

- GAD Municipal de Pedro Moncayo: para conocer proyectos o información relacionada al tema de investigación y el interés de colaboración y apoyo de la entidad con la investigación.
- Papers, libros y tesis: de proyectos e información relacionada al tema de estudio.
- Revistas: en las de carácter turístico, que contengan información que ayuden al desarrollo de la investigación u otras que contengan alguna información relacionada con el tema de investigación.

1.6.5. Procedimiento para la obtención de datos

Se utilizaron técnicas documentales y de campo. A través de la técnica documental se elaboró el marco teórico de la investigación y el diagnóstico situacional de la parroquia. Por otra parte con la técnica de campo se desarrolló el proceso de estudio de mercado, obteniendo la información pertinente para formular y proponer estrategias de direccionamiento turístico.

1.6.6. Cobertura de las unidades de análisis

1.6.6.1. Pobladores

1.6.6.1.1. Determinación del universo

Tabacundo contaba con una población total de 10.059 personas hasta el 2010, de las cuales la Población Económicamente Activa (PEA) es de 7.551 pobladores, adicionalmente se tomó una proyección del Banco Central del Ecuador (BCE) realizada desde el mes de junio del año 2011 hasta junio del 2016 donde se estima un crecimiento del 3,5%, en consecuencia, se realizó el cálculo incrementando este porcentaje la PEA estimada en el 2010 y finalmente se obtuvo un número total de 7.815.

1.6.6.1.2. Determinación de la muestra

Para calcular la muestra en los pobladores se tomó en cuenta únicamente la PEA dado que representa los ingresos que hay en los hogares de la parroquia, dependan o no de alguna actividad turística; sin embargo, los datos encontrados en el INEC reflejan información hasta el último censo en el año 2010, por esta razón fue necesario realizar un cálculo que permita determinar la proyección que la PEA ha tenido hasta el año 2016. Se aplicó la fórmula para la población finita, ya que conocemos el total de la PEA:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Figura 1 Fórmula de la población finita

Fuente: (Arias, 2012)

Donde:

N = Total de la población

Z= Nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso 1-p

E= Error permitido

En este caso los datos con los cuales se reemplaza la fórmula son: el nivel de confianza que se estima de 95% el cual equivale a un coeficiente de 1,96. Para definir la probabilidad de éxito y fracaso previamente se aplicó una encuesta piloto a 50 pobladores, este número se tomó como referencia porque está dentro del rango establecido recomendado por los investigadores de mercado, en dicha encuesta se formuló la siguiente pregunta cerrada ¿estaría dispuesto a participar en un programa de potencialización turística que

beneficie a la parroquia de Tabacundo y a usted?, con dos posibles respuestas sí o no, donde se obtuvo un 94% con una respuesta positiva es decir que de las 50 personas 47 están dispuestas a involucrarse en el sector turístico mientras que un 6% es decir tan solo 3 pobladores no, por tanto los datos son para p 0,94 y para q 0,06.

Se reemplazan los datos en la fórmula:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,94 * 0,06 * 7815}{0,05^2 * (7815 - 1) + 1,96^2 * 0,94 * 0,06}$$

$$n = \frac{1695,41}{19,78}$$

$$n = 85,73$$

Como resultado se aplicó la encuesta a 86 pobladores de la parroquia que como condición cumplan estar dentro de la PEA.

1.6.6.1.3. Técnicas de muestreo

El estudio del universo de pobladores requiere que se aplique la técnica de muestreo probabilístico aleatorio, ya que como se ha mencionado, este tipo de muestreo permite tomar cualquiera de los elementos de la población sin necesidad de previamente estructurar un grupo, es decir se puede tomar cualquier poblador perteneciente a la PEA que radique en la parroquia y todos tienen la misma probabilidad de éxito o fracaso para las distintas interrogantes de la encuesta.

1.6.6.1.4. Instrumento de recolección de información

Para realizar el análisis de la población fue necesario aplicar como instrumento de recolección de información una encuesta, en cuyo cuestionario

se plantearon preguntas que tratan aspectos generales como: género, edad, nivel de instrucción, ocupación y procedencia; interrogantes con el fin de obtener datos acerca del nivel económico de los pobladores, estas se refirieron a sus ingresos, capacidad adquisitiva, formas de pago y predisposición para invertir; también se tomó en cuenta el aspecto social con puntos que tratan acerca del acceso a servicios básicos, salud, medios de transporte; y para finalizar se plantearon preguntas que determinen la perspectiva que tiene el poblador acerca del turismo en la parroquia. Cabe mencionar que la encuesta a este universo se aplicó in situ y de forma personal por lo que es no continua analítica con preguntas previamente estructuradas.

1.6.6.2. Turistas

1.6.6.2.1. Determinación del universo

El universo de estudio está conformado por los turistas nacionales e internacionales que visitan Tabacundo, actualmente ninguna entidad ni organismo lleva un registro de los turistas que ingresan a la parroquia o donde se establezca un promedio de los mismos, por lo cual se aplicó la fórmula para poblaciones infinitas.

1.6.6.2.2. Determinación de la muestra

Bajo este antecedente la fórmula que se aplicó es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 \cdot s^2}{e^2}$$

Figura 2 Fórmula de la población infinita

Fuente: (Arias, 2012)

Donde:

- z = nivel de confianza
- s = desviación estándar
- e = error permitido

Con el fin de calcular la desviación estándar se realizó una encuesta piloto a un grupo aleatorio de 50 turistas, ya que como se mencionó en el muestreo de pobladores este número es el rango establecido para encuestas piloto, en este caso la pregunta que se planteó fue: ¿Con los recursos naturales y culturales que dispone la parroquia de Tabacundo considera que se puede potencializar el turismo?, las respuestas se establecieron en la siguiente escala: definitivamente sí, probablemente sí, no sé, probablemente no y no, otorgándole a cada una equivalencias desde 0,2 a 1 respectivamente, con el fin de obtener una desviación estándar de las mismas. Adicionalmente se estimó un 95% de nivel de confianza con su coeficiente 1,96 y se permitió un 5% de error por tanto los datos reemplazados en la fórmula son:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,21^2}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,17}{0,0025}$$

$$n = 67,96$$

En consecuencia, el modelo de encuesta dirigido a los turistas se aplicó a 68 personas con la condición de que no residan en la parroquia.

1.6.6.2.3. Técnicas de muestreo

Tomando en cuenta que se empleó la fórmula para población infinita la técnica que mejor se ajusta es el muestreo probabilístico aleatorio donde “las muestras deben estar constituidas por elementos a suerte o al azar, de tal

forma que cada elemento del universo tenga la misma probabilidad de figurar en la muestra” (Prieto Herrera, 2013, p. 114), adicionalmente está nos permite calcular la probabilidad de error, además durante el proceso de selección de la muestra se garantiza que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos.

1.6.6.2.4. Instrumento de recolección de información

Se utilizó la encuesta, que “garantiza la homogeneidad en la obtención de información” (Alarcón del Amo, et al. 2014, p. 72), analizando aspectos tales como: características demográficas así como socioeconómicas, motivos de visita, medios publicitarios por los cuales se informaron de la parroquia, formas de pago, tipo de turismo preferido, percepción de los servicios turísticos y calidad de los mismos; todo esto dirigido a los turistas nacionales e internacionales que visitan Tabacundo. El tipo de encuesta es no continua, es decir la información recabada se recolectó en un momento específico de manera personal in situ, obteniendo información fiable y verídica evitando la influencia de otras personas al momento de contestar las preguntas.

1.6.6.3. Prestadores de servicios turísticos

1.6.6.3.1. Determinación del universo

Al ser un estudio que se enfoca en cómo influye el turismo en el desarrollo socioeconómico de la parroquia los principales universos de estudio son los pobladores y turistas; sin embargo, con el fin de sustentar estrategias sólidas en la propuesta de la presente investigación fue necesario entrevistar a ciertos prestadores de servicio, ello dependió de ciertos parámetros, cabe destacar que el GAD de Pedro Moncayo cuenta con un catastro muy reducido y desactualizado de los establecimientos dedicados al turismo en el cantón; sin embargo, no todos se encuentran dentro de la parroquia en estudio; por lo que

fue necesario realizar una visita de campo en la que se pudo comprobar la escases de los mismos y que en definitiva no existen operadoras turísticas, en consecuencia se decidió entrevistar a por lo menos un establecimiento de alojamiento y otro de alimentos y bebidas muy bien posicionado, según recomendaciones de los pobladores y turistas, así como del lado contrario a negocios que presten los mismos servicios pero que apenas estén surgiendo o sean de menor categoría, esto con el fin de obtener puntos de vista antagónicos de cómo influyó o que esperan del turismo.

1.6.6.3.2. Determinación de la muestra

En razón de que la población de prestadores de servicios incluye a exactamente 13 establecimientos y que de estos no todos cumplen con las condición de estar ubicados dentro de Tabacundo, además de que tal registro no es actual y que se constituye por pocos establecimientos no se puede calcular una muestra por lo que se trabajó con un total de 6 entidades, detalladas a continuación:

Actividad turística	Tipo de actividad	Nombre
Alojamiento, alimentos y bebidas, spa	Hostería	Rancho Manabita
Alojamiento	Hotel	Emperatriz
Alimentos y bebidas	Restaurante	Inti Raymi
Alimentos y bebidas	Restaurante	Marisquería Rincón del Sabor
Alimentos y bebidas	Cafetería	Fiorella
Alimentos y bebidas	Fuente de soda	Horno de bizcochos y especialidades Inti Raymi

Figura 3 Muestra prestadores de servicios

1.6.6.3.3. Instrumento de recolección de información

Dado que se necesitan obtener criterios abiertos de los prestadores de servicios se aplicó como instrumento la entrevista de forma personal in situ; sin embargo, se realizaron dos guiones que se aplicaron según el prestador al que vaya dirigido, es decir se realizó una con enfoque hacia los de alojamientos y otra hacia los de alimentos y bebidas; los cuestionarios estaban previamente estructurados y difieren en ciertas preguntas específicas al establecimiento pero mantienen interrogantes acerca de: frecuencia de la demanda, talento humano, posicionamiento y competencia, proveedores y capacidad e inversión en mejoras.

1.6.6.4. Atractivos turísticos

1.6.6.4.1. Determinación del universo

Dentro de Tabacundo se encuentran localizados un total de doce atractivos considerados los más relevantes y representativos, son tres los atractivos turísticos naturales y nueve los atractivos turísticos culturales, los cuales se consideran el universo de estudio debido a que son pocos, con el fin de obtener datos concisos y fiables que aporten a las estrategias que se generarán en el propuesta del presente estudio, mismos que se detallan a continuación.

N°	Nombre	Tipo de atractivo
1	Lagunas de Mojanda	Natural
2	Cerro Yanahurco	Natural
3	Loma Cananvalle	Natural
4	Iglesia Matriz de Tabacundo	Cultural
5	Museo Mama Nati	Cultural
6	Fiestas de San Pedro	Cultural
7	Fiestas de Cantonización	Cultural
8	Fiestas de la Virgen Mama Nati	Cultural
9	Fiestas de la Cosecha	Cultural
10	Desfile de los Guioneros	Cultural
11	Feria Mundial de la Rosa	Cultural
12	Molino El Cucho	Cultural

Figura 4 Total de atractivos turísticos

1.6.6.4.2. Instrumento de recolección de información

A partir de los mismos se llevaron a cabo fichas de observación, cuyos formatos fueron acoplados del Ministerio de Turismo, teniendo en cuenta que es una herramienta esencial a la hora de copilar información convirtiéndose en el diario de campo del investigador, en consecuencia debe ser completada de manera objetiva con el fin de medir el estado de conservación, el manejo de prácticas ambientales y por último se evaluó el impacto del turismo en los recursos ambientales.

1.6.6.5. Organismos reguladores

En la parroquia de Tabacundo el sector turístico esta direccionado por el GAD de Pedro Moncayo, cuyas instalaciones funcionan en el centro de la misma por ser la parroquia urbana del cantón, donde el departamento de turismo es el encargado de manejar y controlar los medios de potencialización referentes a turismo así como el monto económico que se invierte en este sector, en consecuencia, se aplicó la entrevista a un funcionario interino dado que por el momento el GAD no dispone de una persona que ocupe el puesto de coordinador del área turística.

1.6.6.5.1. Instrumento de recolección de información

A partir de los mismos se llevaron a cabo fichas de observación, cuyos formatos fueron acoplados del Ministerio de Turismo, teniendo en cuenta que es una herramienta esencial a la hora de copilar información convirtiéndose en el diario de campo del investigador, en consecuencia debe ser completada de manera objetiva con el fin de medir el estado de conservación, el manejo de prácticas ambientales y por último se evaluó el impacto del turismo en los recursos ambientales.

1.6.7. Procedimiento para el tratamiento y análisis de la información

Las técnicas estadísticas que se utilizaron son la de frecuencia estadística, con el fin de analizar la continuidad con la que se repitan los datos cualitativos obtenidos de los cuestionarios de encuestas, guiones de entrevista y fichas de observación; y la técnica de correlación para determinar la correspondencia entre las variables cuantitativas de los universos de estudio, es decir esta última se aplicó para pobladores, actores turísticos, prestadores de servicios y organismos reguladores. Para ambas técnicas se utilizaran: gráficos lineales, de barras, histogramas y tablas de doble entrada.

1.7. Marco teórico

1.7.1. Perspectivas teóricas existentes

El tema se sustenta dentro de la teoría humanista porque se enmarca dentro de algunos de sus principios, entre ellos que el trabajo de las personas se fundamenta en ser seres sociables y con necesidades siendo una de ellas el autoestima y la realización personal, en este caso el turismo al ser una actividad de ocio ayuda a solventar la necesidad de autorrealización. En este mismo sentido la teoría sostiene que las personas participan en estructuras

organizadas y su desarrollo no se limita por un salario sino por el ámbito personal, para su efecto dentro del tema en cuestión se analizará el desarrollo socioeconómico de los habitantes de Tabacundo, cómo son agentes turísticos y cómo son parte activa en organizaciones previamente estructuradas donde todos tienen el mismo interés e igualdad.

Esta teoría al igual que el tema plantea la preocupación por el desarrollo de los individuos y su grupo social, en este caso la parroquia de Tabacundo y para ello se toman aspectos sociológicos además de los económicos, ya que la comunidad actúa como una sola con el fin de aprovechar sus recursos turísticos y la organización que se den tendrá un rol fundamental en la potencialización dentro de este campo.

El tema en cuestión se sostiene dentro de esta teoría porque pretende que la comunidad de Tabacundo en base a un análisis de su realidad decida hacia dónde va a direccionar su sector turístico, encaminándose a un avance social y económico, esta teoría también ayuda a plantear la integración de varias disciplinas en un mismo estudio, con el fin de que se eliminen los temores del ser humano hacia un desarrollo, sino más bien que cultiven su inteligencia y capacidades para acrecentar sus condiciones reales, esto enfocado hacia el tema permitirá que los diferentes actores turísticos a través del conocimiento de estrategias incrementen su capacidad de producción turística desde una perspectiva sostenible.

1.7.2. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación

Para el desarrollo de la investigación se debe tomar en cuenta varios aspectos que logran la integración y relación de la teoría con la investigación llevada a cabo, para lo cual hay que entender diversas perspectivas que se manejan en el turismo como su correcta administración para un impacto social positivo y para que se convierta en una fuente generadora de ingresos.

El sector turístico está determinado como aquel que promueve el desarrollo de las localidades y que sugiere incrementos notables en una economía si se saben aprovechar adecuadamente los recursos, partiendo de esta idea se acota que “El turismo es un fenómeno social, territorial y económico eminentemente extravertido y dirigido a la captación de flujos de divisas internacionales. Es un fenómeno singular de exportación porque es la demanda la que se desplaza para conseguir una oferta...” (Vera Rebollo & Marchena Gómez, 2014, p. 61), esto implica que el prestador de servicio no genera costos de distribución ni de importación, dado que el turista es quien se acerca a las instalaciones para consumir el servicio y en consecuencia también se generan divisas en otras áreas como el transporte; siempre y cuando el sitio receptor tenga una correcta aprovechabilidad de tal ventaja.

Es importante también entender que actualmente el turismo va más allá de réditos económicos, más bien se trata de encontrar la manera adecuada de vender una cultura sin que el exeso o la aculturación influyan a que la localidad pierda su identidad, entonces el turismo es un fenómeno humano y tiene una posibilidad de ocio donde se convierte en “...una actividad de apropiación del espacio en el cual se producen impactos, teniendo en cuenta la atención de las demandas del turista. También se destaca como una posibilidad de intercambio intercultural proporcionado por los desplazamientos espaciales de las personas...” (Azevedo & Gomes, 2013, p. 881)

De acuerdo a Ivanov & Webster (2006), el turismo “se ha convertido en el motor económico de los países industrializados y subdesarrollados, debido a su incidencia en el crecimiento y desarrollo económico, toda vez que la actividad genera empleo e ingreso” (p.2) de aquí surge la idea de que el sector es generador de empleos directa e indirectamente y que ahora si bien es cierto las parroquias que aún no llegan a potencializarse turísticamente lo pueden realizar con la aplicación de correctas estrategias, sin apuntar necesariamente a que los ingresos por turismo sean su principal generador de desarrollo y que sea un proceso donde sirva como apoyo para mejorar el nivel socioeconómico.

En la actualidad el crecimiento turístico es un acontecer socioeconómico que avanza aceleradamente conduciendo a desarrollar nuevas tendencias aptas para cumplir las exigencias del turista, actualmente se puede evidenciar el turismo comunitario, de aventura, natural, cultural, gastronómico, entre otros; cada vez hay mayor acogida por parte de los turistas a la hora de viajar y disfrutar nuevas experiencias. De esta manera los objetivos de este proyecto se plantean con el propósito de exponer a la comunidad la trascendencia que tiene el correcto aprovechamiento del turismo dentro de su parroquia; a partir del análisis del impacto turístico como factor de desarrollo económico de la zona, se podrá medir el nivel de crecimiento del lugar y con ello plantear estrategias tendientes a mejorar la calidad de vida de los pobladores; por lo que la presente investigación se sustenta con fundamentos como:

La importancia económica del turismo, este fenómeno es comprendido como industria, sector del área de servicios o sector de la economía. La visión del turismo como "industria" es una idea bastante aceptada y difundida en el medio académico, empresarial y en el sentido común, utilizada comúnmente para justificar el estudio del turismo y fundamentar propuestas de actuación e intervención por parte del poder público y de la iniciativa privada (Azevedo & Gomes, 2013, p. 881-882)

Reconociendo la importancia del turismo como generador de empleos e ingresos y en concordancia con el Plan Nacional del Buen Vivir que impulsa el cambio de la matriz productiva donde se integra al sector turístico, se desarrolla el presente proyecto, además bajo ciertos argumentos como "el crecimiento en economías especializadas en turismo parecería "importarse" desde economías más desarrolladas a través de un continuo incremento en la demanda del servicio por parte de estas o mediante el mejoramiento permanente de los términos de intercambio de las economías oferentes" (Brida, et al., 2014, p.61), en consecuencia la parroquia de Tabacundo, a pesar de ser destacada por su agricultura y exportaciones florícolas, esta en condiciones de dinamizar su economía si pone en acción estrategias turísticas

adecuadas como trilogías: comunitario-agroturismo-aventura, florícola-gastronómico-cultural.

Finalmente la investigación debe tener un enfoque integrado del impacto social y económico que genera la llegada de turistas a una comunidad, se entiende que “el turismo en el mundo se ha adaptado a los diversos entornos socioeconómicos. Enfatizando en el uso de esta actividad económica para promover el crecimiento y desarrollo. Ante esta situación de flexibilidad en el entorno por parte de la actividad turística, ha llevado a la promoción del turismo alternativo que se adapta a zonas enfatizando en la calidad del producto y la sustentabilidad.” (Arévalo & Guerrero, 2014, p. 141) , es aquí donde parte la importancia del presente trabajo, puesto que el verdadero desarrollo para una comunidad pequeña como Tabacundo es el turismo alternativo, pero tal como manifiestan todos los autores citados este tipo de turismo que genera impactos positivos no es posible sin manejar términos de sustentabilidad, ahí el análisis de que es lo que esta haciendo en la comunidad para lograrlo y en que fase del ciclo de un destino turístico está.

1.7.3. Componentes teóricos

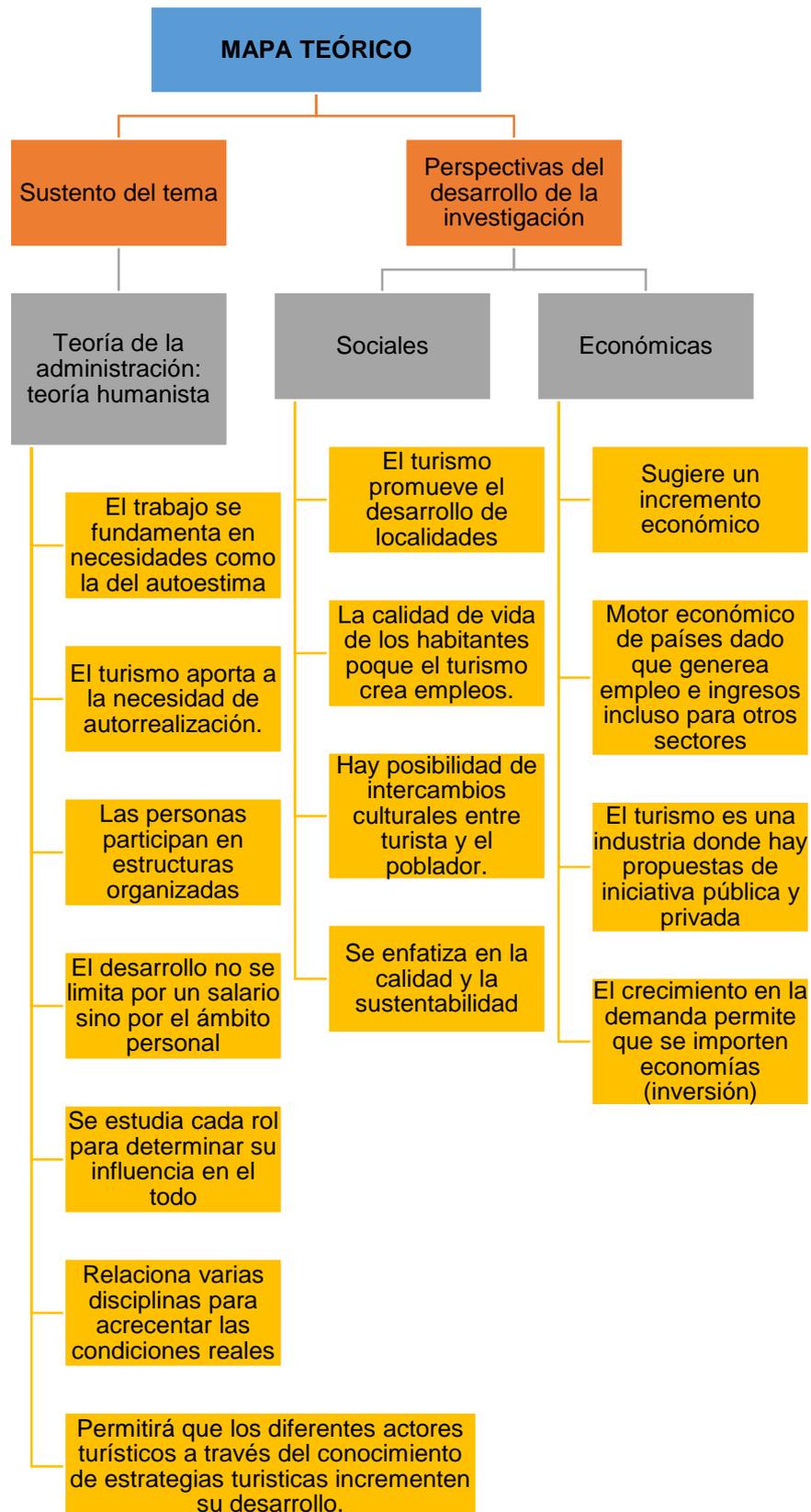


Figura 5 Componentes teóricos

1.7.4. Antecedentes que sustentan la investigación

Es muy difícil precisar estudios que midan el impacto que tiene el turismo sobre el sector socioeconómico en una determinada localidad; sin embargo, hay estudios como el del autor Lamboggia (2014) denominado Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso del Ecuador donde concluye que “el turismo permite generar desarrollo económico creando más y mejores oportunidades para la población de los sectores turísticos, promoviendo el acceso a educación, mejores servicios de salud, o desarrollo de la infraestructura del país” (p. 46), en consecuencia para el estudio del presente caso es favorable analizar el impacto del turismo también desde el ámbito social caso contrario no se puede diseñar correctamente las estrategias de potencialización puesto que según el autor se limitarían a un solo campo de estudio.

Para analizar el factor social se tomó en cuenta el trabajo de las autoras Vayas y Pico (2013), quienes presentan un estudio cuyo objetivo era analizar el impacto que dejaban los prestadores de servicios en Tungurahua, para lo cual realizaron una investigación cualitativa y cuantitativa basados en análisis estadísticos y la aplicación de entrevistas y encuestas cuyos resultados arrojaron que más el 41,30% de las PYMES dedicadas al sector turístico de esta provincia practican alguna forma de responsabilidad social. Este estudio aplicado a la parroquia de Tabacundo puede determinar el porcentaje de prestadores de servicios que son socialmente responsables y de acuerdo a este resultado se podrán plantear las estrategias para mitigar o potencializar los resultados.

Las autoras Cedeño & Zambrano (2014) formulan un plan de desarrollo turístico para la parroquia de Cutuglagua estableciendo en primera instancia un estudio demográfico con encuestas en las que determinaron los porcentajes de educación y los sectores productivos con mayor acogida, en base a esto concluyeron que “Con la participación de las autoridades y habitantes de Cutuglagua se logró elaborar un Plan de Desarrollo Turístico

(...) que comprende 4 perfiles de proyectos” (p.191), como resultado para la propuesta del presente tema se acoge lo que sustentan las autoras, es decir se debe plantear la propuesta en base a un previo estudio que indique aspectos importantes como el nivel de educación y sector de trabajo de los habitantes de Tabacundo.

1.7.4.1. Investigaciones cualitativas

Para desarrollar esta investigación se recopiló información de diferentes fuentes bibliográficas, por ejemplo en el año 2013 se efectuó un “Análisis de la incidencia socioeconómica de las PYMES del sector turístico en la provincia de Tungurahua durante el período 2008 - 2012.”, por Germania Vayas Ortega y Andrea Pico Barrionuevo, estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, concluyen que a través de un adecuado direccionamiento turístico se logra mejorar la calidad de vida de la población.

Los recursos naturales y culturales que se manejan de manera sustentable se convierten en el principal aliado para un desarrollo turístico, es así que las autoras Katty Álvarez Veintimilla y Silvia Molina Mena estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE realizan un “Plan de desarrollo turístico sostenible para potencializar la oferta turística del cantón General Antonio Elizalde, provincia del Guayas”, en el año 2014

En el año 2010 la estudiantes de la Universidad de Guayaquil, Rosa Chuisaca Llivisac realiza una investigación acerca de la “Influencia del turismo en el desarrollo económico de la provincia del Guayas” aseverando que el turismo es una actividad de gran impacto en el desarrollo socioeconómico tanto a nivel local como regional a través de un desarrollo sostenible y competitivo en el sector turístico.

La autora Ana Victoria Pérez, estudiante de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann-Tacna, mediante la investigación ““El turismo y su influencia en el desarrollo socio económico de la población del distrito de

Ticaco, provincia de Tarata, período 2007-2010” realizada en el año 2012, manifiesta que si no existe un correcto control y seguimiento de la planificación turística su influencia se puede convertir en negativa dentro del desarrollo social y económico.

1.7.4.2. Investigaciones cuantitativas

Según datos del último censo realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se concluyó que la Parroquia de Tabacundo cuenta con una población total de 16.403, de los cuales 8.163 son hombres y 8.240 son mujeres.

La economía y el nivel social de la población de Tabacundo gira en torno a dos sectores: el agrícola y el turismo, por lo que unas de sus fortalezas son las celebraciones tradicionales que vienen arraigadas de sus pueblos ancestrales, como fiestas de la Cosecha, de la Mama Nati, entre otras. Además, posee atractivos tanto culturales como naturales con los cuales se buscan evocar, rescatar y reafirmar los conocimientos que heredaron de sus antepasados ya que son prácticas que no pueden estar aisladas de la sociedad contemporánea.

1.8. Marco conceptual

Actividad Turística.- Aquélla que tiende a procurar el disfrute, el descubrimiento, el conocimiento, la información, la conservación y la promoción de los recursos turísticos, mediante la prestación de servicios de alojamiento, manutención o restauración, ocio, información, mediación, promoción y comercialización. (Melgosa, 2007, p. 766)

Análisis.- Estudio detallado de algo, especialmente de una obra o de un escrito. (Real Academia Española, 2016)

Balanza comercial.- Es la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de bienes (excluidos los servicios) (Krugman & Wells, 2007, p.461)

Calidad de vida.- Actualmente el concepto hace referencia a la evaluación objetiva y subjetiva de al menos los siguientes elementos: salud, alimentación, educación, trabajo, vivienda, seguridad social, vestido, ocio y derechos humanos (Patlán Pérez, 2016, p.249)

Crecimiento económico.- Es la capacidad que tiene una economía para producir cada vez más bienes y servicios (Krugman & Wells, 2007, p.4)

Comportamiento del consumidor.- Estudia las conductas de las personas que se relacionan con la obtención, uso y consumo de bienes y servicios. (Rivas & Ildefonso, 2013, p. 35)

Demanda.- Formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos. (Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas, 2016)

Desarrollo local.- Representa una estrategia diferente para el desarrollo en la sociedad global, ya que no constituye exclusivamente un proceso económico sino también un proceso socio-político en el que tiene presencia los actores sociales, políticos y económicos del entorno que se debe desarrollar (Fuertes & Gatica, 2008, p.36)

Desarrollo rural.- La planificación municipal y regional ayuda a visualizar el contexto en el que se insertan los diferentes núcleos urbanos, y permite incorporar una perspectiva intersectorial de sus distintos problemas, superando la visión físico-espacial, al contemplar el hecho urbano como un todo integrado. (Correa & Déniz, 2008, p. 210)

Desarrollo Socioeconómico.- Vinculado al aprovechamiento de los bienes y servicios ambientales que proporcionan las áreas protegidas genera en las Administraciones Públicas la necesidad de crear políticas e instrumentos que regulen y faciliten esta compatibilidad, especialmente en el contexto de sostenibilidad. (Muñoz, 2011, p. 11)

Desempleados: Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados y presentan ciertas características: i) No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar; ii) buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 8)

Desempleo abierto: Personas sin empleo, que no estuvieron empleados en la semana pasada y que buscaron trabajo e hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores a la entrevista. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 8)

Desempleo oculto: Personas sin empleo, que no estuvieron empleados la semana pasada, que no buscaron trabajo y no hicieron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas por alguna de las siguientes razones: tiene un trabajo esporádico u ocasional; tiene un trabajo para empezar inmediatamente; espera respuesta por una gestión en una empresa o negocio propio; espera respuesta de un empleador o de otras gestiones efectuadas para conseguir empleo; espera cosecha o temporada de trabajo o piensa que no le darán trabajo o se cansó de buscar. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 8)

Empleo adecuado/Pleno: Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo

y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Empleo no remunerado: Lo conforman aquellas personas con empleo que, durante la semana de referencia, no perciben ingresos laborales. En esta categoría están los trabajadores no remunerados del hogar, trabajadores no remunerados en otro hogar y ayudantes no remunerados de asalariados/jornaleros. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 8)

Empleo no clasificado: Son aquellas personas empleadas que no se pueden clasificar como empleados adecuados, inadecuados, o no remunerados por falta de información en los factores determinantes. Se construye como residuo del resto de categorías. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 8)

Estrategia.- Se trata de diseñar las acciones que debemos desarrollar para alcanzar los objetivos fijados. (Huertas & Domínguez, 2008, p. 27)

Hosting.- Es el servicio que provee a los usuarios de internet de un sistema para poder almacenar información, imágenes, video o cualquier contenido accesible vía web (...). A la contratación del hosting la ha acompañado la de un nombre de dominio para la empresa al objeto de hacerla fácilmente accesible desde internet (Fundación BBVA, 2012, p.307)

Infraestructura Turística.- Su impulso detona un círculo virtuoso al generar fuentes de empleo, estimular el mercado interno y facilitar el acceso a servicios y mercados, con lo cual se amplían las oportunidades de desarrollo local, regional y nacional. (Peña, 2011, p. s.n.)

Impacto Ambiental.- Conjunto de posibles efectos sobre el medio ambiente de una modificación del entorno natural, como consecuencia de obras u otras actividades. (Real Academia Española, 2016)

Muestra.- Es un subconjunto de casos o individuos de una población. Se obtiene con la intención de inferir propiedades de muestra a la totalidad de la población, por lo cual deben ser representativas de la misma. (Pliego López, 2011, p. 68)

Oferta turística.- Servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elemento de atracción hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística (Olmos & García, 2011, p. 23)

Otro empleo no pleno: Son personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y no tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Población en edad de trabajar (PET): Comprende a todas las personas de 15 años y más. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Población económicamente inactiva (PEI): Son todas aquellas personas de 15 años y más que no están empleadas, tampoco buscan trabajo y no estaban disponibles para trabajar. Típicamente las categorías de inactividad son: rentista, jubilados, estudiantes, amas de casa, entre otros. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Población económicamente activa (PEA): Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo

pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados). (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Población con empleo: Personas de 15 años y más que, durante la semana de referencia, se dedicaban a alguna actividad para producir bienes o prestar servicios a cambio de remuneración o beneficios. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Propuesta.- Proposición o idea que se manifiesta y ofrece a alguien para un fin. (Real Academia Española, 2016)

Publicidad y promoción.- De hecho, la publicidad en sí hace vender porque consigue imbuir en el consumidor el prestigio de una marca o la imagen de calidad de un producto, es decir, la publicidad informa y motiva y, después, vende. Por el contrario, la promoción impulsa la venta de modo inmediato, pues es un medio de acción a corto plazo. La publicidad y la promoción se mueven en dimensiones distintas e, incluso, antagónicas: la publicidad puede ser costosa a corto plazo y rentable a largo. La promoción proporciona resultados sorprendentes a corto plazo, pero puede ser a la larga peligrosa. (Publicaciones Vértice S.L., 2008, p.2)

Recurso Turístico.- Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas y que “son fundamentales para la posterior identificación de una atracción turística (MINTUR, 2012)

Renta Per Cápita.- Hace referencia a la cantidad media de renta que tiene cada persona de un país en relación con su producto interno bruto y al total de población que éste tenga. (Fuertes & Gatica, 2008, p.35)

Subempleo.- Refleja el número de personas que trabajan durante una recesión pero que no reciben salarios inferiores de los que recibirán en una época de expansión debido a recortes de producción, reducciones de

jornadas, trabajos peor pagados o todo a la vez (Krugman & Wells, 2007, p.146)

Subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo: Son personas con empleo que, durante la semana de referencia, trabajan menos de 40 horas efectivas a la semana, y perciben ingresos laborales iguales, superiores o inferiores al salario mínimo y desean y están disponibles para trabajar horas adicionales. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Subempleo por insuficiencia de ingresos: Son personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales inferiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas, y desean y están disponibles para trabajar horas adicionales. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2016, p. 7)

Una economía.- Es un sistema que coordina las actividades productivas de una sociedad. (Krugman & Wells, 2007, p.2)

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1. Análisis externo

2.1.1. Macroambiente

Describe los aspectos globales o nacionales que influyen directa e indirectamente en la población donde se ejecuta la presente investigación, en este caso la parroquia de Tabacundo; sin embargo, estos no se pueden controlar ni evitar por lo que es importante que se evalúen con anticipación, de tal manera que la información analizada y la propuesta planteada sean acordes a los parámetros que rodean a la población, bajo este preámbulo los factores que se examinarán son: económicos, socioculturales, geográficos, tecnológicos, políticos y legales, mismos que interfieren con el impacto del turismo para el desarrollo socioeconómico de Tabacundo y en consecuencia también se deben tomar en cuenta para establecer las estrategias de potencialización turística.

2.1.1.1. Entorno económico

Dentro de este aspecto se analizan parámetros globales y cómo estos influyen en el país, en consecuencia como preámbulo se debe recordar la crisis financiera por la que atravesó el país en 1999 tras el feriado bancario, y de donde se derivó la dolarización un año más tarde; este hecho al presente todavía tiene consecuencias; sin embargo, más imperceptibles, una de ellas es una afectación porque la moneda no es pública sino que pertenece a lo que se conoce como Reserva Federal de los Estados Unidos, una entidad privada compuesta por un conglomerado empresarial, entonces ellos son quienes suministran esta moneda al Ecuador, pero en los años 2008, 2009 y

2010 Estados Unidos, La Unión Europea y potencias asiáticas como China y Japón sufrieron una desaceleración de su economía por lo que este suministro se vio limitado en el país, a esto se suma como la caída del precio del petróleo que en consecuencia fortalece el dólar.

La desaceleración de la economía de EEUU fue ocasionada por baja de intereses hasta llegar al 1% propuesto por los bancos de este país a partir del 2001, hecho que atrajo a personas insolventes hacia el endeudamiento a través de hipotecas, para el año 2008 muchas de ellas dejaron de pagar estos préstamos y quebraron bancos como el de Lehman Brothers, el cuarto más importante del país y donde tenían créditos e inversiones ciertos países de la Unión Europea, ocasionando una reacción en cadena y esparciendo una época de desaceleración económica a nivel mundial. La Unión Europea por su parte para evitar que la economía de sus países se vea afectada bajó los intereses del Banco Central Europeo e inyectó fuertes cantidades de dinero hacia los bancos europeos que estaban en problemas con EEUU; sin embargo, la reactivación total de la economía se verá a largo plazo con planes propuestos al 2020.

Por otra parte China potencia asiática con quien mantiene negocios Ecuador, entra en crisis debido a que se convirtió en un país industrializado por lo que aumentó considerablemente la oferta de sus productos sin una suficiente demanda, todo este cambio se ocasiona a partir de préstamos ocasionando que no deje de ser un país atractivo para los inversionistas y devaluando el yuan. Japón, en cambio se encuentra en épocas de recesión muy seguidas, esto por la crisis económica mundial, la subida en sus salarios, la depreciación del yen y la caída del precio del petróleo, cuya baja también ocasionó deflación.

A pesar de estos antecedentes hay que destacar que Ecuador se ha mantenido con una economía estable, ya que registra disminuciones del Producto Interno Bruto (PIB) pero no recesión o desaceleración económica esto se debe a las políticas económicas que ha instaurado el gobierno del

Presidente Rafael Correa, quien ha administrado el país la última década; sin embargo en año 2016 tras la caída del precio del petróleo los indicadores económicos nacionales decayeron, hecho que también ocasiona el fortalecimiento del dólar a nivel mundial y Ecuador como país exportador con esta moneda se ve afectado; bajo este parámetro se analiza la disminución de exportaciones de flores en Pedro Moncayo, puesto que ahora hay países como con moneda propia que se benefician de este acontecer, tal es el caso de Colombia cuya moneda es el peso, este país ahora registra más pesos de entrada por cada rosa que exporte ya que es pagada en dólares, en consecuencia se han convertido en competencia para Pedro Moncayo.

2.1.1.1.1. Renta per cápita

La renta per cápita es el indicador que muestra cómo se reparte el PIB entre los habitantes del país, y se obtiene como resultado al dividir el PIB para la población.

Tabla 1

PIB per cápita 2008-2015

Año	PIB Per cápita (USD)
2008	4.274,941
2009	4.255,556
2010	4.657,302
2011	5.223,378
2012	5.702,168
2013	6.074,182
2014	6.432,296
2015	6.205,064

Fuente: (Banco Mundial, 2016)

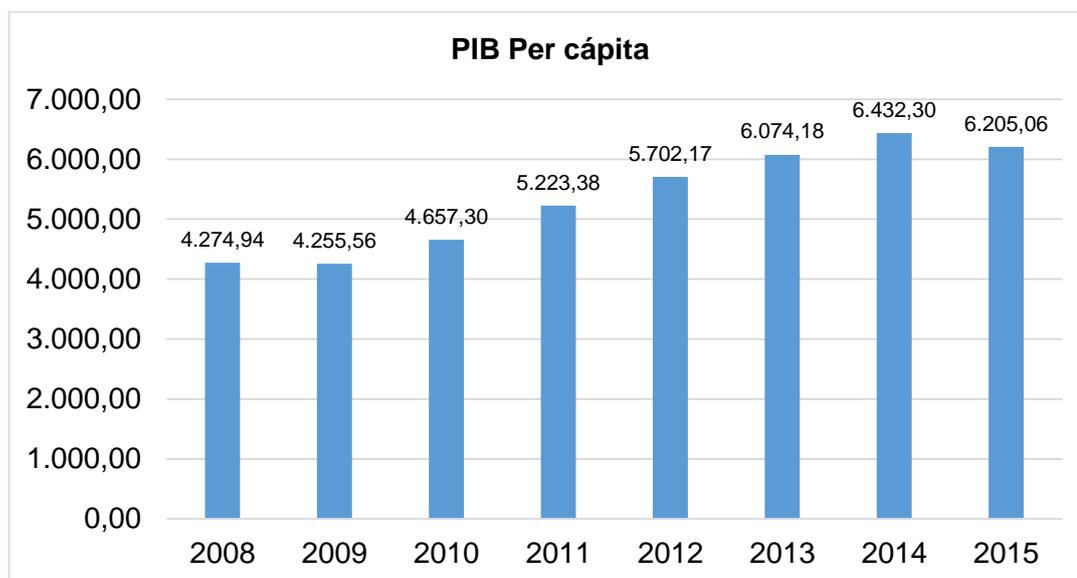


Figura 6 PIB per cápita 2008-2015

Fuente: (Banco Mundial, 2016)

Como se puede observar según datos del Banco Mundial, el Ecuador desde el año 2008 hasta el 2014 refleja un crecimiento continuo, y para el 2015 este disminuye con USD 227,23, las causas pueden como ya se ha explicado por la caída precio del petróleo y el fortalecimiento del dólar. Este factor se relaciona estrechamente con la riqueza que tiene cada habitante y su calidad de vida, ya que según las estadísticas el ingreso por cada ecuatoriano debería ser por lo menos en el último año de USD 6.205; sin embargo en este indicador no se toma en cuenta la distribución de la riqueza que no es equitativa, en consecuencia son pocos los habitantes que en realidad tienen este ingreso. Este aspecto reflejado en el sector turístico influye positivamente, porque al haber un incremento del PIB las personas tienen más posibilidades de invertir en turismo local, de fortalecer sus establecimientos o emprender en negocios de índole turística.

2.1.1.1.2. Tasa de desempleo

La tasa de desempleo es el indicador que muestra la proporción de la población de la PEA que no tiene empleo pero que está disponible o se

encuentra buscándolo. Se calcula dividiendo el número de personas desempleadas para la fuerza laboral o PEA y se multiplica por 100 para establecer un porcentaje.

Tabla 2

Tasa de desempleo 2008-2015

Año	Tasa de desempleo (%)
2008	7,1
2009	9,1
2010	7,5
2011	5,5
2012	4,6
2013	4,6
2014	4,7
2015	5,5

Fuente: (INEC, 2016)

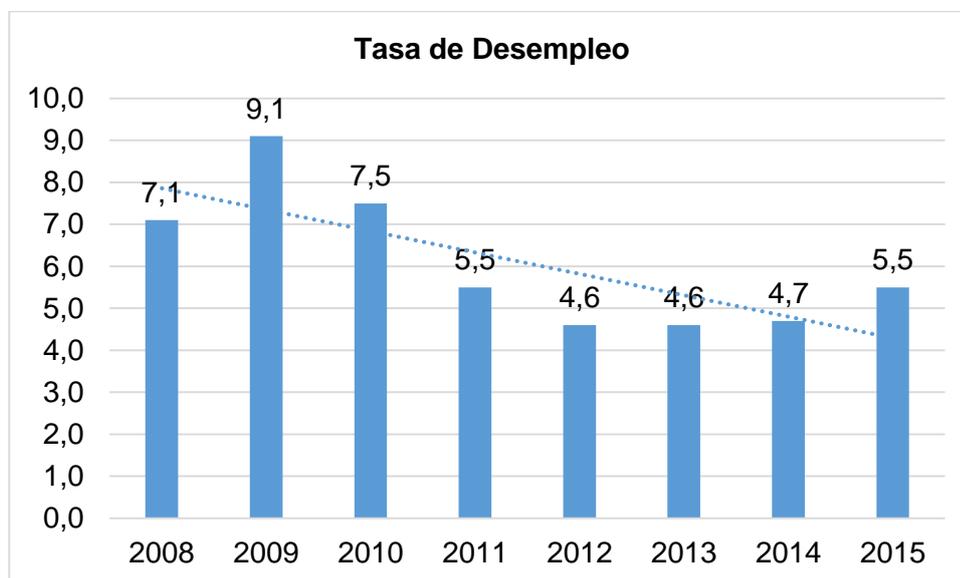


Figura 7 Tasa de desempleo 2008-2015

Fuente: (INEC, 2016)

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) muestra que la tasa de desempleo en Ecuador tras la crisis mundial del 2008 y 2009 ha disminuido

hasta el año 2014, tal como se observa con la línea de tendencia expuesta en el gráfico, una de las razones es por la estabilidad política en el país y dentro de ello la adecuada planeación financiera que el gobierno mantuvo; sin embargo para el año 2015 la tasa crece, es decir hay un 0,8% más de ecuatorianos que se encuentran en condiciones de trabajar pero que carecen de empleo, cabe destacar que Ecuador mantiene tasas bajas de desempleo en comparación a las de la región de América Latina dato referido a través del Banco Mundial. El alza en la tasa de desempleo está influenciada por las pocas inversiones extranjeras en fuentes generadoras de empleo y la desaceleración de la economía tras la caída del petróleo, este parámetro incide en el turismo puesto que no hay fuentes de trabajo para los ecuatorianos, en consecuencia una de las alternativas sería potencializar el sector turístico, mismo que al ser un sector de servicios tiene aún más posibilidades de bajar el desempleo.

2.1.1.1.3. Tasa de inflación

La tasa de inflación revela el porcentaje en qué han aumentado los precios de los bienes y servicios en un país durante un lapso de tiempo, esta se calcula a partir del Índice de Precios al Consumidor (IPC), mismo que funciona como un termómetro estadístico ya que si es elevado respecto al del ciclo anterior implica que hay inflación, el IPC se obtiene a partir del promedio mensual que se realiza con los precios de 299 artículos entre alimentos, transporte, educación y actividades de ocio.-

Tabla 3

Tasa de inflación anual 2013-2016

Año	Tasa de inflación (%)
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33

Continúa 

2011	5,41
2012	4,16
2013	2,70
2014	3,67
2015	3,38
2016	1,12

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

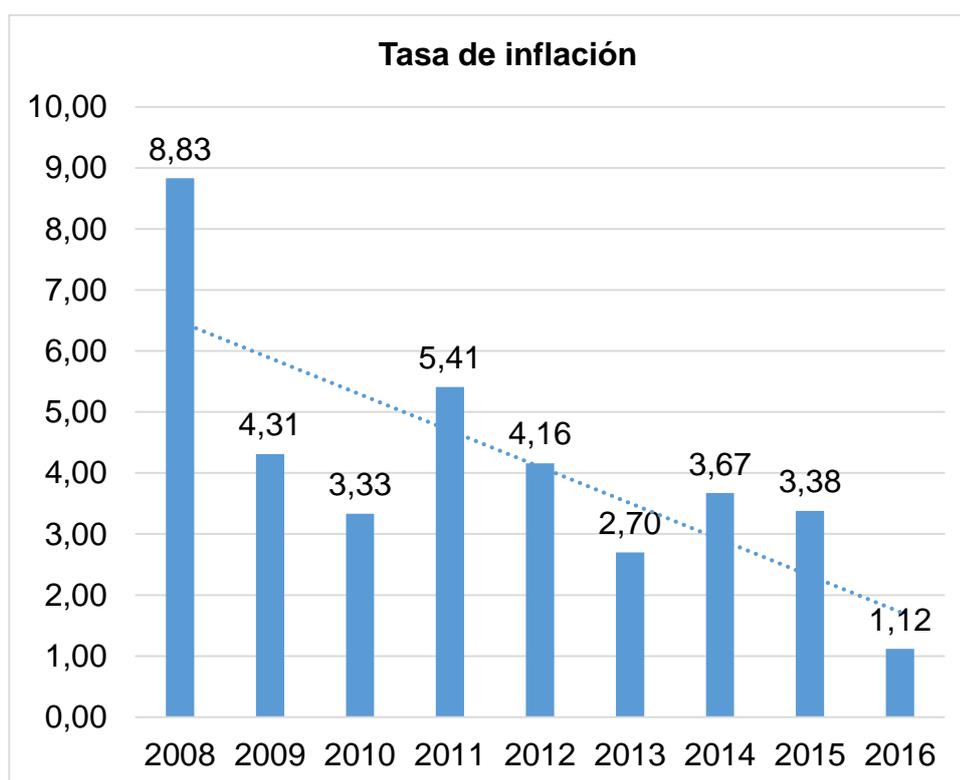


Figura 8 Tasa de inflación anual 2013-2016

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

El gráfico muestra la inflación a escala nacional, a partir del año 2008 se registra una disminución de 7,71% hasta el 2016, con excepción de ciertos años siendo el más notable el 2011 donde apenas se redujo un 3,42% comparado con el año inicial, en general como señala la línea de tendencia la inflación tiende a disminuir, lo cual implica que el IPC a pesar de haberse elevado no ha disparado un aumento significativo; cabe destacar que en el último año se registra el menor porcentaje de los últimos nueve años, desde un punto de vista macroeconómico esta baja se puede dar a causa de una

disminución en la demanda, es decir los ecuatorianos al tener menores ingresos dejan de comprar y por ende los oferentes disminuyen sus precios para volverse más atractiva, este análisis coincide la situación del resto de indicadores analizados previamente, hay que notar que a nivel nacional en el último año las estadísticas son negativas para la economía, a razón de ello a pesar de ser efectivo que la inflación baje no siempre es un buen síntoma. Con este precedente se deduce que tampoco es un buen periodo para el sector turístico, porque dentro del IPC se toman en cuenta los precios de restaurantes y hoteles, lo cual quiere decir que estos establecimientos como parte de la oferta también han tenido que disminuir sus precios para mantener una demanda representable, además esta situación contribuye a que las empresas no tomen decisiones de inversión en mejoramiento a su calidad.

2.1.1.1.4. Análisis del PIB

El PIB se entiende como la riqueza que se crea en el interior de un país, es decir cuánto dinero se ha generado durante un lapso de tiempo generalmente anual, en este caso se debe analizar la producción a nivel nacional y en qué medida contribuye la industria de alojamiento y de servicios de alimentos, como se la conoce en Ecuador. En el PIB están incluidos los consumos de bienes y servicios no duraderos, las inversiones, el gasto público y la balanza comercial.

Tabla 4

PIB anual 2008-2015

Año	PIB (USD)
2008	61.762.635,0
2009	62.519.686,0
2010	69.555.367,0
2011	79.276.664,0

Continúa 

2012	87.924.544,0
2013	95.129.659,0
2014	102.292.260,0
2015	100.176.808,0

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

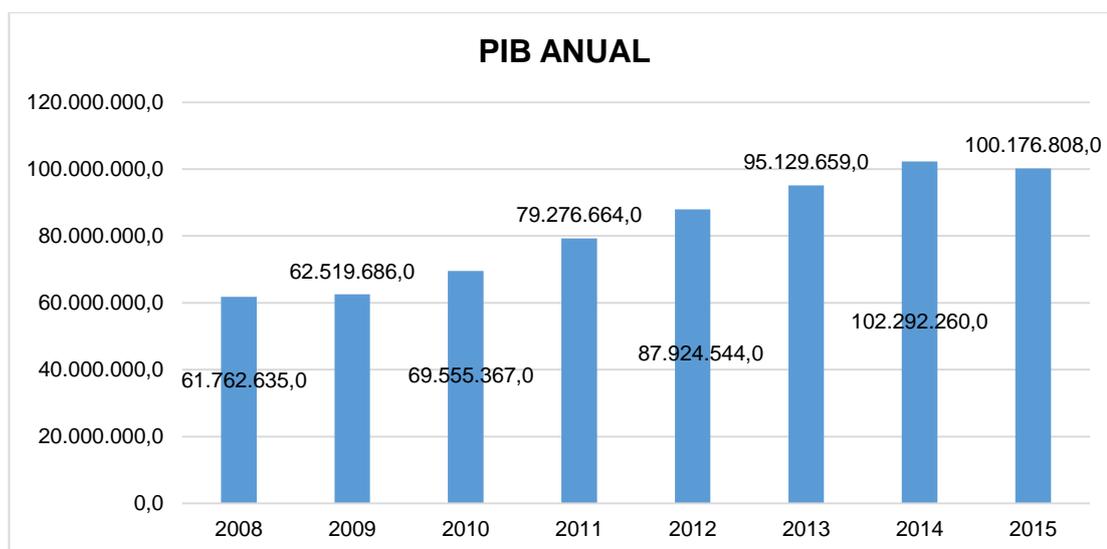


Figura 9 PIB anual 2008-2015

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

El PIB a partir del año 2008 registra un crecimiento continuo; sin embargo en el periodo del 2014 al 2015 baja con USD 2.115.452,00 puede destacarse que una de las causas es el decrecimiento en el precio barril de petróleo, ya que el sector petrolero es uno de los principales contribuidores a los ingresos nacionales, este parámetro sustenta el fortalecimiento del dólar, otra de las causas para que el PIB disminuya, ya que se devalúan las monedas de los países vecinos por tanto para la demanda mundial e inclusive para los mismos ecuatorianos es más conveniente comprar en el exterior, fenómeno que tiene gran presencia en las fronteras norte y sur del país; pese a este escenario se debe destacar el crecimiento paulatino de la economía nacional en comparación con anteriores décadas e incluso con las economías de la región de América Latina.

Tabla 5**PIB de la industria de alojamiento y servicios de comida**

Año	PIB alojamiento y servicios de comida (USD)
2008	910.396,0
2009	990.214,0
2010	1.031.311,0
2011	1.092.760,0
2012	1.136.120,0
2013	1.190.938,0
2014	1.200.423,0
2015	1.185.399,0

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

**Figura 10 PIB de alojamiento y servicios de comida 2008-2015**

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

El PIB de la industria de alojamiento y servicios de comida también refleja las mismas variaciones, es decir un incremento hasta el año 2014 y de éste

al 2015 una baja de USD 15.024,00, además el valor del último año es incluso más bajo que el del año 2013, es importante destacar que en esta industria no están incluidos todos los prestadores de servicios adicionales en una planta turística, es decir el consumo que se puede generar en transporte, entidades bancarias, operadoras, etc; pero la industria representada incluye a los registros de los prestadores de servicios directos o sea alojamientos y establecimientos de alimentos y bebidas. Se debe destacar que sector turístico es el tercer más importante a nivel global y nacional, lo que quiere decir que representa un buen porcentaje en el PIB.

Tabla 6

Tasa de variación del PIB 2008-2015

Año	Tasa de variación del PIB nacional (%)	Tasa de variación del PIB en alojamiento y servicios comida (%)
2008	6,4	5,3
2009	0,6	8,8
2010	3,5	2,1
2011	7,9	5,5
2012	5,6	6,1
2013	4,9	10,2
2014	4,0	5,0
2015	0,2	-2,1

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

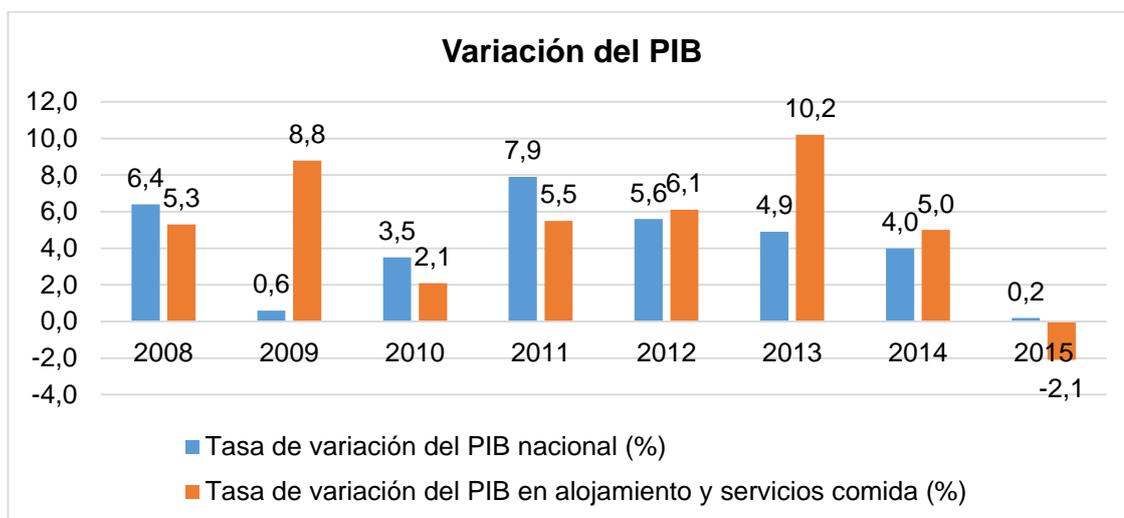


Figura 11 Tasa de variación del PIB 2008-2016

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

El gráfico sugiere que la variación del PIB nacional comparada con la de la industria de alojamiento y servicios de comida es consecuente, se puede destacar que en los años 2009 y 2013 la tasa de incremento del PIB que dejan estos establecimientos es marcadamente mucho mayor a la que se mide a nivel nacional, en otros términos esto implica que el turismo es uno de los sectores que más ha crecido y ha incentivado para que crezcan el PIB a nivel nacional. Desgraciadamente en el pasado año 2015 la tasa de variación disminuye en un 2,9% hasta alcanzar valores negativos en la industria mientras que a nivel general disminuye un 3,8%, partiendo desde este punto se denota que para el sector turístico no se registra la misma afectación que a nivel general durante el año con la economía más preocupante, esta afectación puede inferir en el presente proyecto puesto que implica una disminución en el turismo interno por la evidente disminución en los ingresos de los ecuatorianos.

2.1.1.1.5. Balanza comercial

La balanza comercial se entiende como el indicador que registra las importaciones y exportaciones que lleva un país durante un determinado

periodo de tiempo, se calcula a partir de la diferencia entre las exportaciones, es decir lo que se vende a otras naciones y las importaciones ósea lo que se compra; se habla de una balanza positiva cuando se vende más de lo que se compra y negativa cuando se da en viceversa.

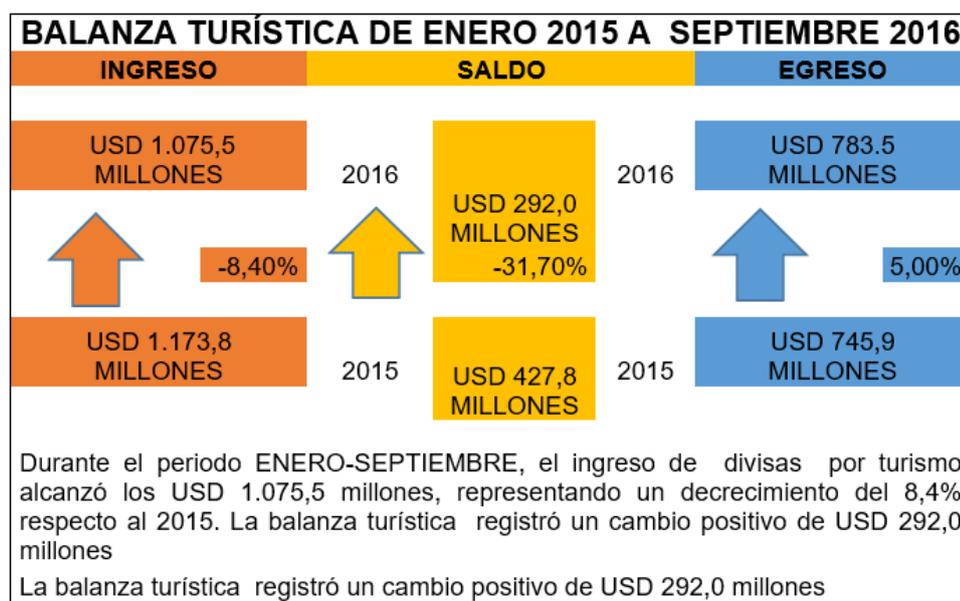


Figura 12 Balanza turística 2015-2016

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

La figura expone los ingresos y egresos obtenidos a partir del turismo en el año 2015 y hasta septiembre del 2016, se observa que la cantidad de ingresos a disminuido en un 8,40% pero los egresos han aumentado un 5%, a partir de estos valores se define un saldo que refiere una disminución de USD 135,8 millones durante los 21 meses puestos en consideración, en otros términos se deduce que la balanza turística ha disminuido un 31,70% lo que se conoce como un déficit comercial en el sector turístico, este dato sugiere la misma alteración que los demás indicadores macroeconómicos analizados previamente, es decir el turismo ha decrecido en el último año al igual que la economía nacional; sin embargo, este sector no se ha visto tan malogrado puesto que no está directamente ligado con el petróleo, una de las principales causas de estos acaecimientos, pero el fortalecimiento del dólar si tiene mucho que ver con la disminución en la balanza, porque causa que los países

con moneda propia que son competidores para Ecuador en el ámbito turístico tengan una oferta más barata de sus destinos. Ante este análisis es imprescindible que la investigación fomente estrategias que mejoren la economía a través de empleos y mejora de la calidad sin fuertes inversiones.

2.1.1.2. Entorno sociocultural

El aspecto sociocultural plantea las características sociales y manifestaciones culturales que tiene el país, dado que la presente investigación es un estudio del impacto turístico en el del desarrollo socioeconómico de Tabacundo, el ámbito social se convierte en un parámetro fundamental a tomar en cuenta, primero con el siguiente análisis a nivel nacional y posteriormente con datos únicamente de la parroquia, dicho esto también considerar que Ecuador es reconocido por ser un país multiétnico y pluricultural al poseer una diversidad de manifestaciones culturales presentes en todo su territorio, lo que incluye a la zona del presente estudio en consecuencia también estas se detallan a continuación.

2.1.1.2.1. Factores demográficos

2.1.1.2.1.1. Tamaño de la población y distribución

De acuerdo con el último censo realizado en el 2010 por INEC la población del Ecuador es de 14.483.499 de habitantes de los cuales 2.576.287 radican en Pichincha, dicho estudio es base para las proyecciones realizadas por la misma institución al año 2016, donde se indica que el número total de ecuatorianos ascenderá a 16.528.730 y en Pichincha serán 3.003.799 habitantes.

El cantón Pedro Moncayo según las estadísticas posee alrededor de 33.172 divididas en 16.861 mujeres y 16.311 hombres al 2010 y las proyecciones realizadas establecen que podría haber alrededor de 39.604 habitantes hasta

el presente año, por otra parte Tabacundo al ser la cabecera cantonal y la única parroquia urbana para el año 2007 tenía 11000 habitantes; sin embargo la cifra ha aumentado según el GAD de la Provincia de Pichincha, así en el 2010 ya habían 11.699 habitantes.

En la actualidad Tabacundo posee el 46% de la población del cantón y bajo los antecedentes propuestos se estima que la población aumentó con 18.218 habitantes, en consecuencia ahora hay 57.822 tabacundeños. Este dato es indispensable en la presente investigación porque estima el número aproximado de beneficiados, sin embargo para la el estudio de campo únicamente se toma en cuenta a la PEA.

2.1.1.2.1.2. Distribución por edades

En Ecuador según datos del INEC arrojados en el censo del 2010 la edad media de la población se encuentra en los 28,4 años y la del habitante de Pedro Moncayo es de 26,1 años, además se estableció que la mayor parte de los ecuatorianos se encuentra entre los 15 y 64 años de edad, seguido por los adultos mayores de 65 años en adelante y posteriormente los niños de 0 a 14 años, así se representa en la siguiente tabla:

Tabla 7

Distribución nacional por edades 2010

Edad	Mujeres		Hombres		Total
	Número	%	Número	%	
0 a 14 años	2.227.253	55,1	2.301.172	57,0	4.040.020
15 a 64 años	4.583.512	62,8	4.430.657	60,7	7.302.964
65 años en adelante	495.051	60,8	445.854	54,8	813.624
Total	7.305.816	50,4	7.177.683	49,6	14.483.499

Fuente: (INEC, 2016)

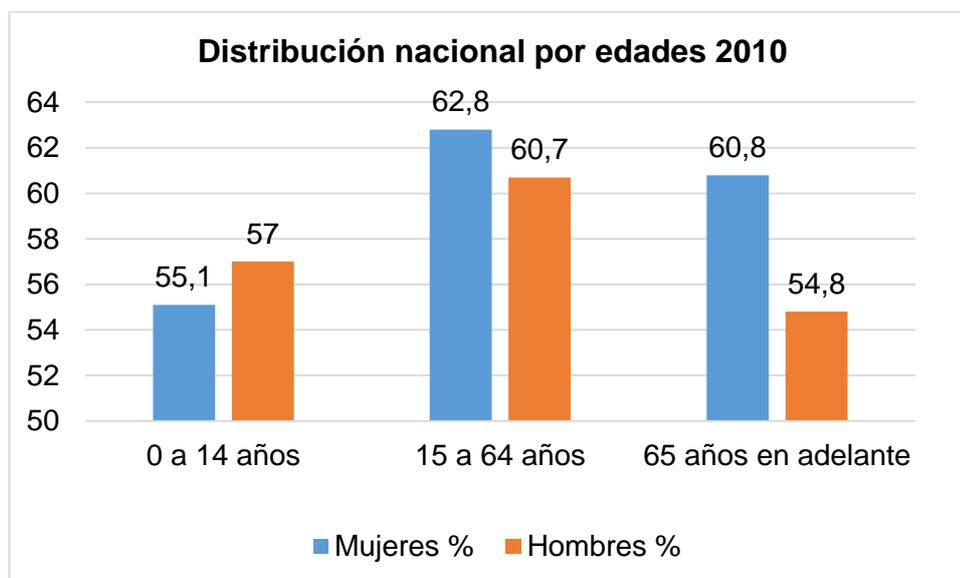


Figura 13 Distribución nacional por edades 2010

Fuente: (INEC, 2016)

Se acoge el gráfico expuesto porque no existen estadísticas que se acerquen a la distribución por edades del cantón o de la parroquia en investigación, en consecuencia la mayor parte de la población se encuentra en una edad óptima para trabajar y dentro de esta existen más mujeres que hombres, tomando como referencia estos parámetros se puede dirigir el presente estudio al direccionamiento turístico a través de capacitaciones dirigidas a la población con esta edad, este dato inclusive permite elaborar un correcto guion de encuesta.

2.1.1.2.1.3. Niveles de formación

A partir del gobierno del presidente Rafael Correa como ya se determinó se han implementado políticas financieras que fomentan una economía sólida, esto a su vez permite que la calidad de vida de los ecuatorianos sea mejor, uno de los indicadores que permite evaluar esta expectativa es el nivel de analfabetismo en la población, se denota que el sector público tiene un 84,1% de cobertura de educación a nivel nacional, en este aspecto también hay que denotar la inversión que se ha otorgado desde el gobierno central hacia la construcción de instituciones educativas del milenio, becas y el fomento de

nuevas investigaciones, como resultado además de bajar los niveles de analfabetismo se proporciona educación de calidad.

La figura representa los datos establecidos por el INEC hasta el año 2010, estas estadísticas son globales y muestran solo la posición de la educación en cuanto al cantón, pero dado las anteriores referencias se puede deducir que en Tabacundo hay los mejores índices de escolaridad en comparación con el resto de parroquias del cantón ya que al ser parroquia urbana tiene mejores y más instituciones educativas.

Tabla 8

Nivel de analfabetismo nacional

Indicador	Ecuador	Pichincha	Pedro Moncayo (%)
Analfabetismo >=15 años	6,8	3,6	10,2
Promedio de años escolaridad >= 10 años	9,0	10,6	7,8
Cobertura del sistema de educación pública	74,2	58,9	84,1
% hogares con niños de 5-14 años que no asisten a un establecimiento	5,1	2,8	3,4

Fuente: (INEC, 2016)

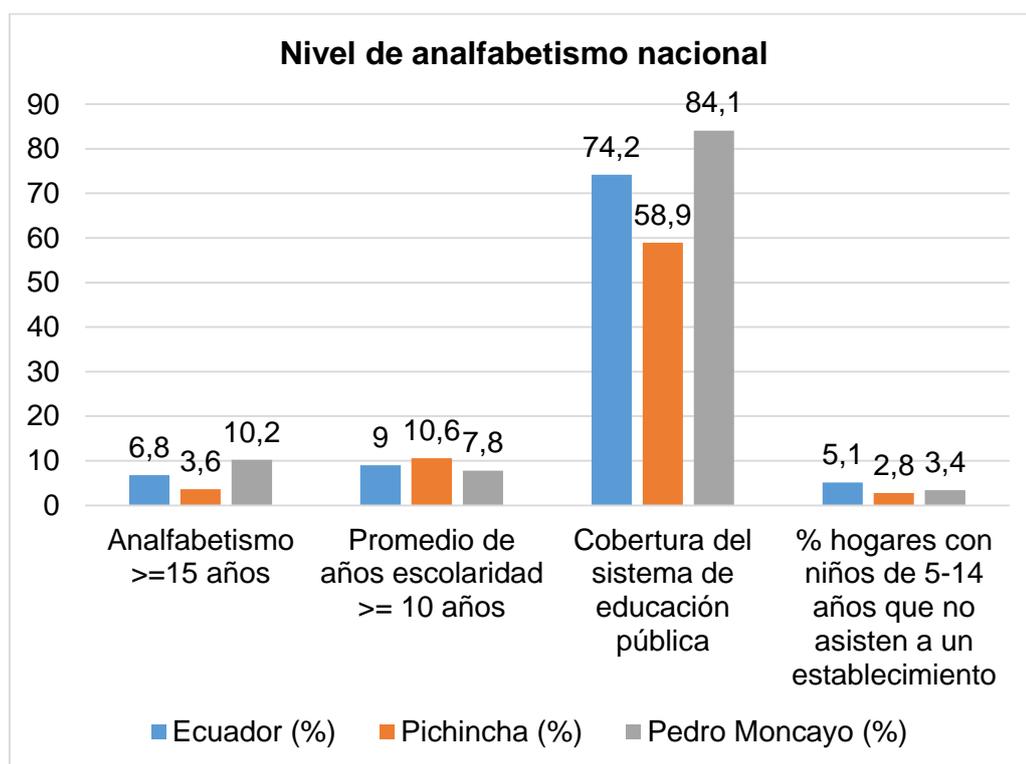


Figura 14 Nivel de analfabetismo nacional

Fuente: (INEC, 2016)

Los datos más cercanos al año actual refieren al 2015 donde se muestran estadísticas de analfabetismo en cuanto a parroquias del cantón, dentro de este indicador la cabecera cantonal aún tiene los menores valores:

Tabla 9

Nivel de analfabetismo Tabacundo

Parroquia	Año	Analfabetismo (%)		
		Total	Hombres	Mujeres
Tabacundo	2001	10,34	6,56	13,93
	2010	7,52	4,75	10,23
La Esperanza	2001	10,66	6,37	14,94
	2010	6,92	4,95	8,72
Malchingui	2001	16,65	12,17	21,11
	2010	13,04	10,15	15,81

Continúa

Tocachi	2001	14,33	10,14	18,35
	2010	12,05	8,36	15,76
Tupigachi	2001	19,47	11,88	26,16
	2010	16,76	10,53	22,12

Fuente: (INEC, 2016)

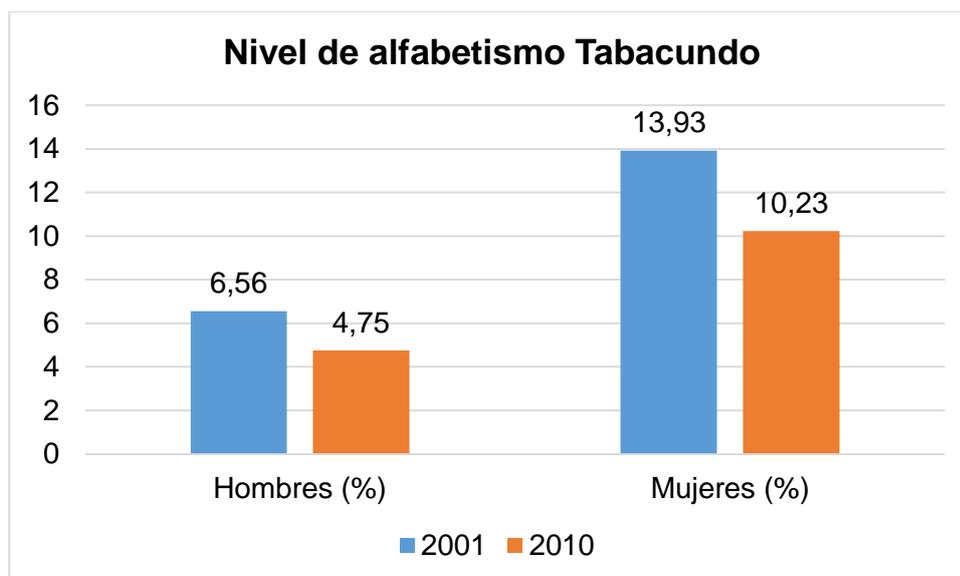


Figura 15 Nivel de analfabetismo Tabacundo

Fuente: (INEC, 2016)

La figura muestra un decremento en el nivel de analfabetismo a partir del 2001, año en donde también se convocó un censo, con respecto al 2010, dicha disminución se da con menor porcentaje en los hombres con 1,81% de contraste entre los dos años y en las mujeres esta diferencia se marca con un 3,23%, lo que quiere decir que en la parroquia se han alfabetizado a más personas de género femenino, este aspecto es relevante en el momento de planificar estrategias que incrementen el turismo ya que muy seguramente se tendrá mejor disposición para emprender y aprender por parte de las mujeres; sin embargo, el objetivo es llegar a la población en general.

2.1.1.2.1.4. Niveles de ingresos

Tabla 10

Composición de la población-Ecuador

Composición de la población		
Composición población total	Menores de 15 años	30,0%
	Población en edad de trabajar (PET)	70,0%
Composición PET	Población económicamente inactiva (PEI)	67,3%
	Población económicamente activa (PEA)	32,7%
Composición PEA	Empleados	94,8%
	Desempleados	5,2%

Fuente: (INEC, 2016)

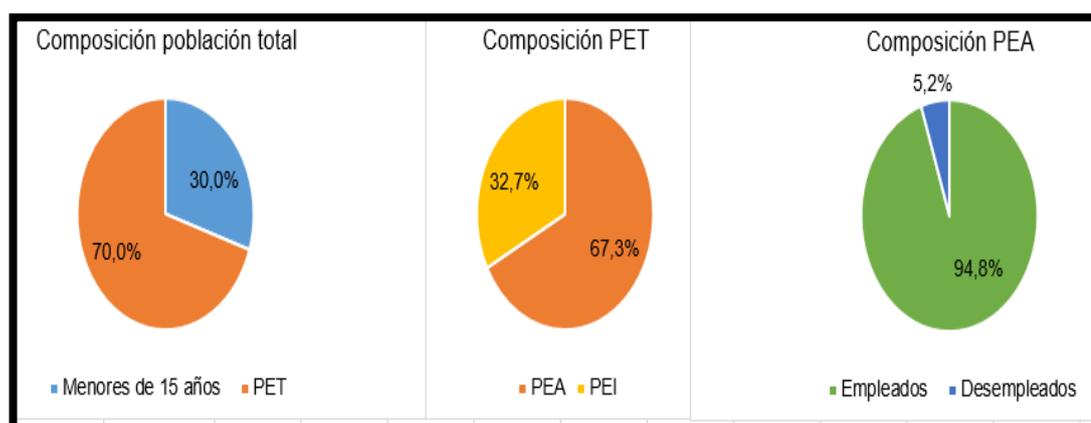


Figura 16 Composición de la población-Ecuador

Fuente: (INEC, 2016)

En diciembre del 2016, el INEC afirma los siguientes datos: la población total en el Ecuador corresponde a 16.272.968, donde se toma en consideración que de este total quienes componen a la población en edad de trabajar PET son 11.696.131, a este grupo lo componen dos subgrupos que son la PEI Y PEA, en la presente investigación se requiere analizar a los grupos que componen la PEA, ya que al estudiar si ha influido o no el turismo en el desarrollo socioeconómico de la parroquia, es necesario tener una apreciación nacional de qué porcentaje de la población representa a la PEA en este caso la conforman 7,9 millones de personas, es decir un 68% de la población adulta en Ecuador está trabajando o buscando uno, de allí se desprenden 410.441 individuos desempleados. Para exponer estos datos en

septiembre del 2014 el INEC efectúa cambios en la clasificación de la población ocupada, categorizándola de la siguiente manera:



Figura 17 Nueva clasificación de la Población económicamente activa

Fuente: (BCE, 2015)

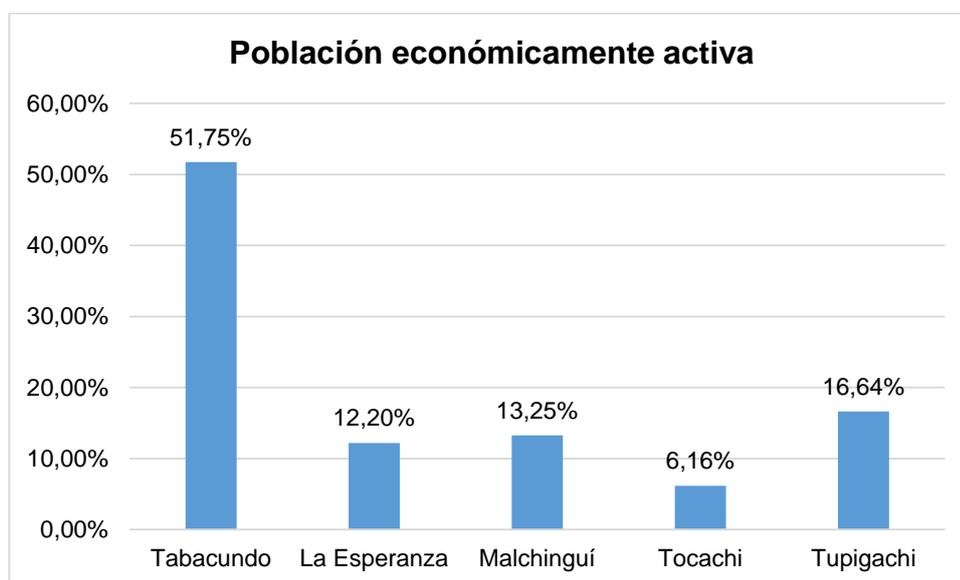
Donde se realizan seis cambios, el primero es clasificar a la PET a partir de los 15 años ya que anteriormente se lo hacía desde los 10 años, segundo cambio a las categorías “ocupado” y “desocupado” se lo cambia por “empleo” y “desempleo”, a las categorías “ocupado pleno” y “subocupado” ahora se lo identifica como “adecuado” e “inadecuado” respectivamente, y los dos últimos cambios que aplican son a dos subcategorías a la “visible” ahora la denominan “subempleo por insuficiencia de trabajo”, mientras que a “otras formas de subocupación” la subdividen en tres: “subempleo por insuficiencia de ingresos”, “otro empleo inadecuado” y “no remunerado”. Para el análisis de este estudio, uno de los grupos de estudio es la población, donde netamente se tomará en cuenta a los grupos que conforman la PEA, en este caso a las personas catalogadas dentro de las categorías empleo y desempleo.

Tabla 11

Población económicamente activa - Pedro Moncayo

Parroquia	Población	
	Número	%
Tabacundo	7.551,00	51,75%
La Esperanza	1.780,00	12,20%
Malchinguí	1.934,00	13,25%
Tocachi	899,00	6,16%
Tupigachi	2.428,00	16,64%
Total cantonal	14.592,00	100%

Fuente: (INEC, 2010)

**Figura 18 Población económicamente activa - Pedro Moncayo**

Fuente: (INEC, 2010)

La PEA representa la participación de la población en el mercado laboral, donde se contrastan los ingresos mediante sueldos y salarios, en el Cantón Pedro Moncayo, se refleja a 14.592 personas, que representa el 44% del total de la población cantonal que es 33.172; en cuanto a la población económicamente activa rural, Tupigachi es la parroquia con más participación con un 16,64%, seguido de Malchinguí con un 13,25%, La Esperanza con un 12,20% y la parroquia con un menor porcentaje es Tocachi con un 6,16; en lo que se refiere a Tabacundo posee el 51,75% de la PEA al ser cabeza cantonal

y un área urbana donde se ejerce la mayor fuerza laboral. Se debe tomar en cuenta que Pedro Moncayo al ser una zona netamente agrícola y florícola, la mayor parte de su población pertenece a estas actividades económicas del sector primario, mientras que en el sector secundario lo conforman trabajadores que participan en actividades concernientes con el: comercio, transporte, turismo, actividades de alojamiento y alimentación, donde el 15% corresponden al área urbana, este último dato significa que de Tabacundo provienen 2.189 personas, quienes trabajan en áreas afines al turismo.

2.1.1.2.1.5. Grupos étnicos

Tabla 12

Auto identificación de la población-Ecuador

Grupos étnicos	Porcentaje
Mestizo	77,4%
Montubio	7,4%
Afroecuatoriano	5,0%
Afrodescendiente	7,0%
Indígena	6,8%
Blanco	10,5%
Otro	0,3%
Total	100%

Fuente: (INEC, 2010)

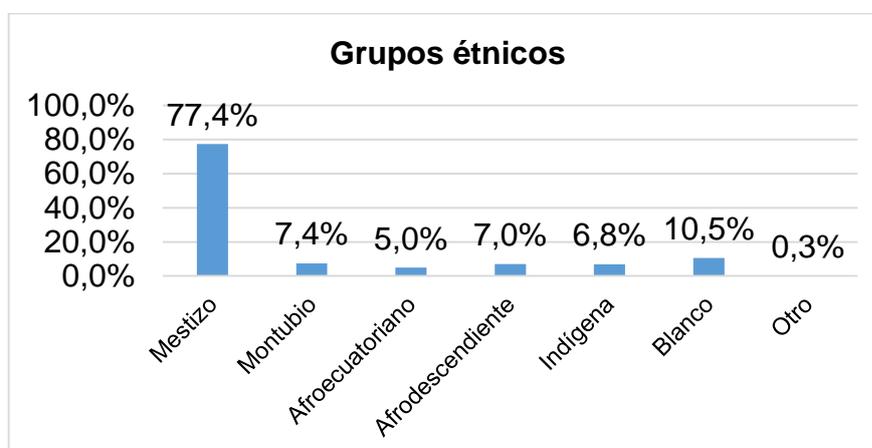


Figura 19 Auto identificación de la población-Ecuador

Fuente: (INEC, 2010)

La mayoría de la población ecuatoriana se identifica como mestiza con un 77,4%, pero el país posee una gran cantidad de grupos étnicos entre mestizos, montubios, afro ecuatorianos, indígenas y blancos cuya división porcentual se mostró en la anterior tabla y figura. Esta gran diversidad de etnias, origina que se practiquen y desarrollen diferentes manifestaciones culturales, tradiciones y festividades, mismas que son el principal atractivo para locales y extranjeros que gustan de palpar una cultura diferente a la suya.

Tabla 13

Distribución de etnias – Pedro Moncayo

Distribución de etnias	
Mestiza	68%
Mulata	1%
Blanca	2%
Montubia	1%
Indígena	26%
Negra	2%
Total	100%

Fuente: (INEC, 2010)

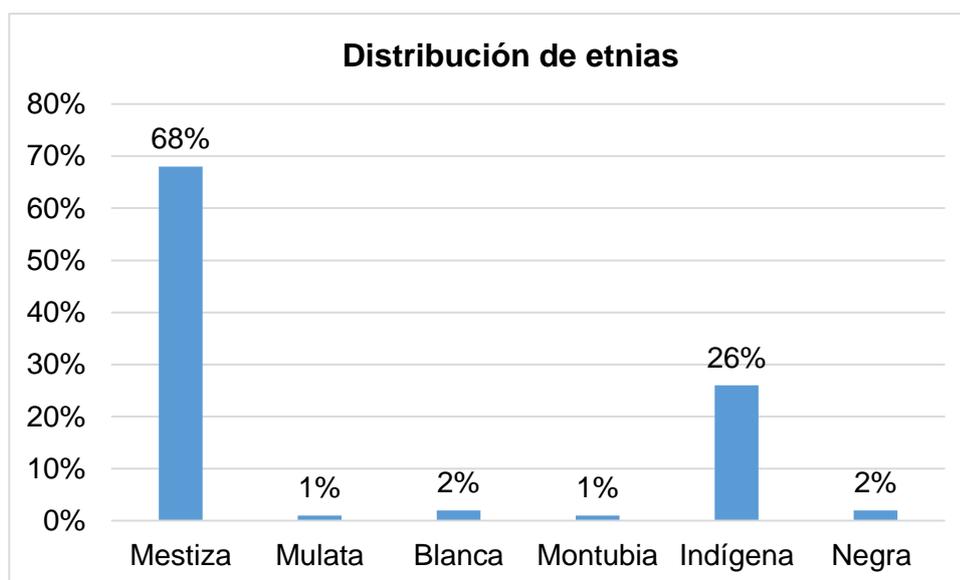


Figura 20 Distribución de etnias – Pedro Moncayo

Fuente: (INEC, 2010)

En la tabla y figura presentada, a nivel cantonal los porcentajes más representativos son: los habitantes que se identifican como mestizos con un 68%, seguido con un 26% se catalogan como indígenas, esta condición resulta clave, ya que al convivir con numerosos grupos étnicos en Tabacundo interaccionan diversas tradiciones, costumbres, que se reflejan en los festejos culturales como en las Fiestas de San Pedro o mejor conocidas como Inti Raymi, Fiestas de la Cosecha, Fiestas de Cantonización y las Fiestas de la Santísima Virgen de la Natividad, aumentando el interés de los turistas que optan por el turismo cultural.

2.1.1.3. Entorno geográfico

El Ecuador es uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, de tal manera se describe y detalla el espacio geográfico es decir el espacio organizado por la sociedad donde se desenvuelven grupos humanos en su interacción con el medio ambiente, describiendo ciertas características, como las que se indican a continuación.

2.1.1.3.1. Ubicación geográfica en el país

Ecuador está localizado en la costa noroccidental de América del Sur; limitando al norte con Colombia, al sur y este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico, cuenta con un área continental de 256.370 kilómetros cuadrados incluyendo la región insular, tiene cuatro regiones geográficas: los Andes, la Amazonía, la Costa, y las islas Galápagos, considerado el octavo país más grande de Sudamérica, por otra parte cabe recalcar que a nuestro país le corresponde 323 mil km² de territorio en la Antártida. Su nombre se debe a que su territorio está atravesado de este a oeste por el paralelo cero, ecuador o línea equinoccial, éste pasa por San Antonio de Pichincha, cuya provincia está ubicada en la región interandina o Sierra, atravesada de norte a sur por la Cordillera de los Andes, se divide en 8 cantones.

Uno de sus cantones es Pedro Moncayo con un área de 333 kilómetros cuadrados, su cabecera cantonal, principal centro económico y única parroquia urbana es San Juan de Tabacundo, fundada el 26 de Septiembre de 1911, situada al nororiente de la provincia de Pichincha, el área urbana rodea casi los 2km², está asentada en el margen occidental del by-pass Guayllabamba-Tabacundo-Ibarra, es el núcleo urbano de las otras cuatro parroquias rurales que conforman el cantón: La Esperanza, Tupigachi, Tocachi y Malchinguí

Tabacundo proviene de 2 palabras quichwas: Taba = Pueblo y Cundo = Anciano; que nos daría una idea de que tal vez fue un pueblo en el que vivía una cantidad considerable de ancianos, o quizás un asentamiento muy antiguo, por otra parte se defiende que el nombre proviene de un legendario soldado español, Alonso de Tabacundo, quizás el primero en tener contacto con los indígenas de la comarca.

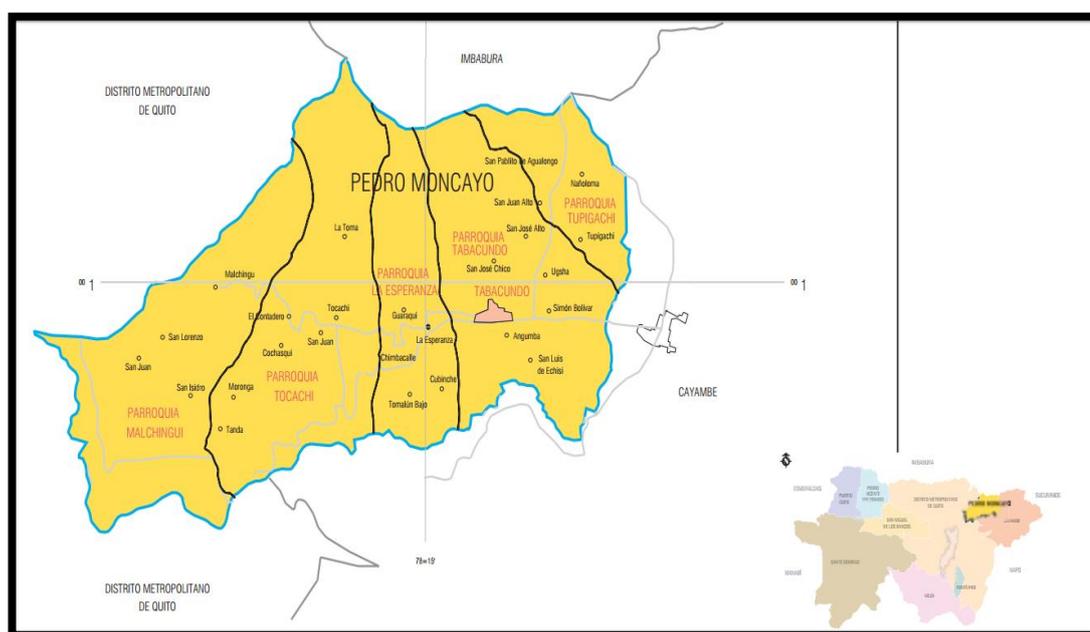


Figura 21 Mapa político cantonal - Pedro Moncayo

Fuente: (GAD Pichincha, 2001)

Limita al norte con el cantón Otavalo, al sur con el cantón Cayambe y el Distrito Metropolitano de Quito, al este con el cantón Cayambe y al oeste con Quito nuevamente. Tabacundo está conformada por 19 barrios que son: La Quinta, Mama Nati 2, Pasquel, La Banda, San Rafael 1, El Calvario, 18 de Septiembre, Tabacundo Moderno, Carrera, Sucre, La Y, la Concepción, 13 de Abril, La Playita, El Tambo, San Nicolás, El Arenal, Santa Marianita, Luis Freile; y 17 comunidades: San Luis de Ichisí, San José Grande, Cananvalle, Guayllaro Grande, Picalquí, Puruhantag, Pucalpa, Nuevo San José, San José Chico, San José Alto, Luis Freile, Guallaro Chico, Nueva Esperanza de Cananvalle, Nuevo Amanecer, María Dolores, Simón Bolívar y La Libertad. En consecuencia al poseer un gran número de barrios y comunidades, Tabacundo goza de una variedad de manifestaciones culturales con un alto grado de identidad cultural, consecuentemente los atractivos naturales fortalecen el interés del turista por visitar este paraíso.

2.1.1.3.2. Hidrografía

El principal sistema fluvial es alimentado por el nevado Cayambe, que nutre a los ríos Granobles y Guachalá, mismos que forman el río Pisque éste es catalogado como una microcuenca con una longitud de 65 km tiene un área total de 1.185 km², se origina por los ríos mencionados anteriormente y por las vertientes Cayambe, Pambamarca y Mojanda que proviene del sistema lacustre Mojanda-Cajas, considerado uno de los principales recursos hídricos del sector. Adicionalmente en Tabacundo se encuentran varias quebradas:

- Quebrada Pailahuaicu
- Quebrada Patahuicu
- Quebrada Pingulmí
- Quebrada Santa Gertrudis

- Quebrada Tupalí
- Quebrada Yanahuaicu

2.1.1.3.3. Orografía

Según el Plan general de desarrollo provincial de Pichincha, Pedro Moncayo “se extiende desde el río Granobles al este hasta las quebradas de Guatacpí y Josefina que se desembocan en el Guayllabamba al oeste y desde las frías cumbres del Mojanda-Cajas al norte hasta las abrigadas márgenes del río Pisque al sur. Esta zona se halla en una semi hoya y cuyos puntos culminantes serían el nudo de Mojanda-Cajas al norte, el Pambamarca al sur y el nevado Cayambe al este” (GAD Provincia de Pichincha, 2001, p. 2001).

2.1.1.3.4. Clima

De acuerdo al Plan estratégico de desarrollo 2011-2020, a nivel cantonal existen siete tipos de climas, que se identifican en la siguiente figura:

TIPO DE CLIMA	TEMPERATURA (grados C) °	PRECIPITACION msnm	SUPERFICIE (ha)	%
ECUATOR FRIOHUMEDO	8-12	>1000	3496	10,91
ECUATORIAL FRIO SEMI-HUMEDO	8-12	500-1000	4174	13,03
ECUATORIAL MESOTERMICO HUMEDO	12-20	1000-2000	1686	5,26
ECUATORIAL MESOTERMICO SECO	12-19	<500	2218	6,92
ECUATORIAL MESOTERMICO SEMI- HUMEDO	12-18	500-1000	17781	55,50
ECUTORIAL DE ALTA MONTAÑA	4-8	>500	2619	8,19
TEMPLADO SECO	18-22	<500	62	0,19
TOTAL CANTONAL			32036	100

Figura 22 Tipos de climas - Pedro Moncayo

Fuente: (GAD Pedro Moncayo, 2011)

De la figura presentada, el tipo de clima predominante es el Ecuatorial Mesotérmico Seco, ya que abarca más de la mitad del territorio, por otra parte Tabacundo está ubicada entre los 1.730 y 4.300 msnm por lo que su clima es frío aunque no en extremo, variando entre los 8 a los 14 °C promedio, es así que las precipitaciones en esta zona son de 55,3 mm, causando una variación promedio mensual de humedad de 69,7%, por lo que su territorio goza de varios tipos de suelo como bosque húmedo montano, bosque húmedo montano bajo, bosque muy húmedo montano y bosque seco montano bajo.

Esta variedad de climas permiten al cantón cultivar una de las rosas más apetecidas a nivel mundial, ya que ha recibido un reconocimiento internacional como “Capital Mundial de la Rosa”, característica que ha favorecido para que Tabacundo se convierta en la sede de la I Feria mundial de la Rosa, originando el incremento del turismo de negocios en el sector, además que periódicamente comerciantes y empresarios realizan actividades comerciales en el lugar incrementando así este porcentaje

2.1.1.3.5. Infraestructura vial

Tabla 14

Infraestructura vial– Pedro Moncayo

Clasificación	Tipo de vía	Total kms
Arterial (101 km, 12%)	Carretera pavimentada 2 o más vías	40,16
	Carretera sin pavimentar 2 o más vías	60,63
Autopista (34km, 4%)	Carretera pavimentada 2 o más vías	34,03
Colectora (216km, 25%)	Carretera pavimentada angosta	0,00
	Carretera sin pavimentar angosta	216,29
Locales (504km, 59%)	Camino de herradura	2,24
	Camino de verano	347,6
	Sendero o vereda	157,26
Total		858,22

Fuente: (PODC, 2015)

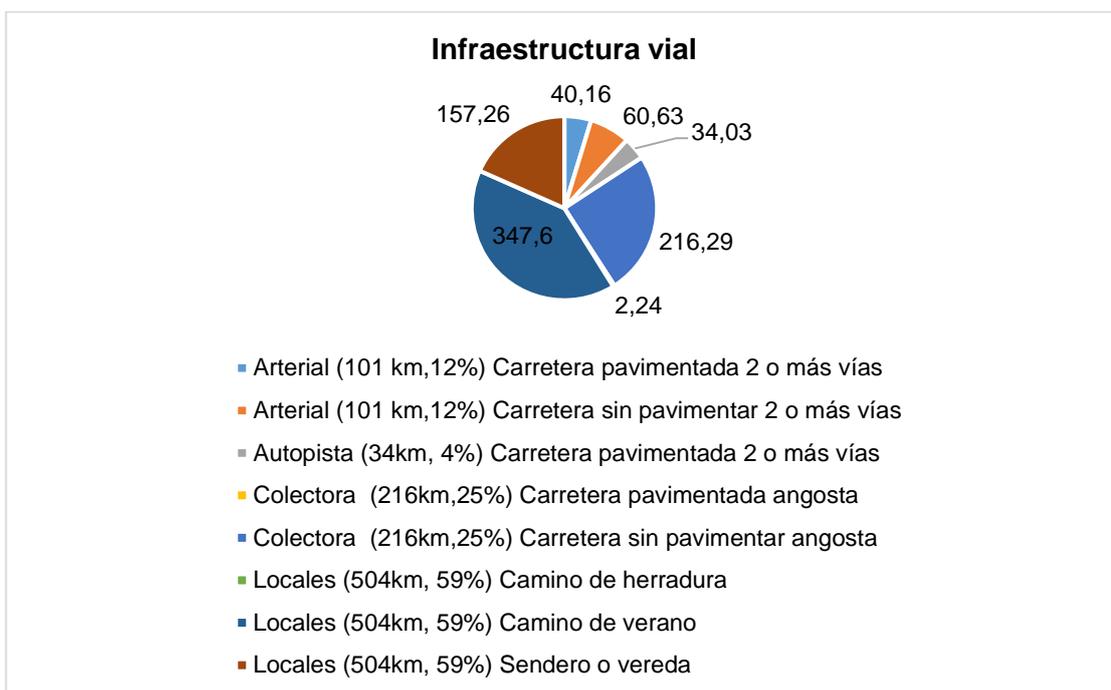


Figura 23 Infraestructura vial – Pedro Moncayo

Fuente: (PODC, 2015)

En lo anteriormente expuesto, se identifica que en el cantón el 12% de la estructura vial representa a la categoría arteriales, mientras que las vías secundarias o catalogadas como colectoras abarcan un 25%, es decir 216 km, esta característica se cumple porque la vía colectora Quito-Cayambe también conocida como Panamericana atraviesa en sentido suroccidental a Tabacundo, por último el 59% equivale a las vías locales, integrada por vías terciarias y caminos vecinales, con un menor tráfico conectando cabeceras parroquiales, por consiguiente el cantón cuenta con una infraestructura vial en buen estado, misma que es utilizada a diario para transportar los principales productos que se comercializan en la zona, beneficiando a las actividades económicas, fortaleciendo la producción florícola en la zona.

2.1.1.3.6. Servicios básicos (agua, luz, teléfono y otros)

Tabla 15

Nivel de acceso a servicios básicos-Pedro Moncayo

Parroquia	Cobertura agua entubada por red pública (%)	Cobertura de alcantarillado red pública (%)	Cobertura energía eléctrica (%)	Desechos sólidos, medios de eliminación (%)
Tabacundo	88,30	63,00	96,20	86,40

Fuente: (INEC, 2010)

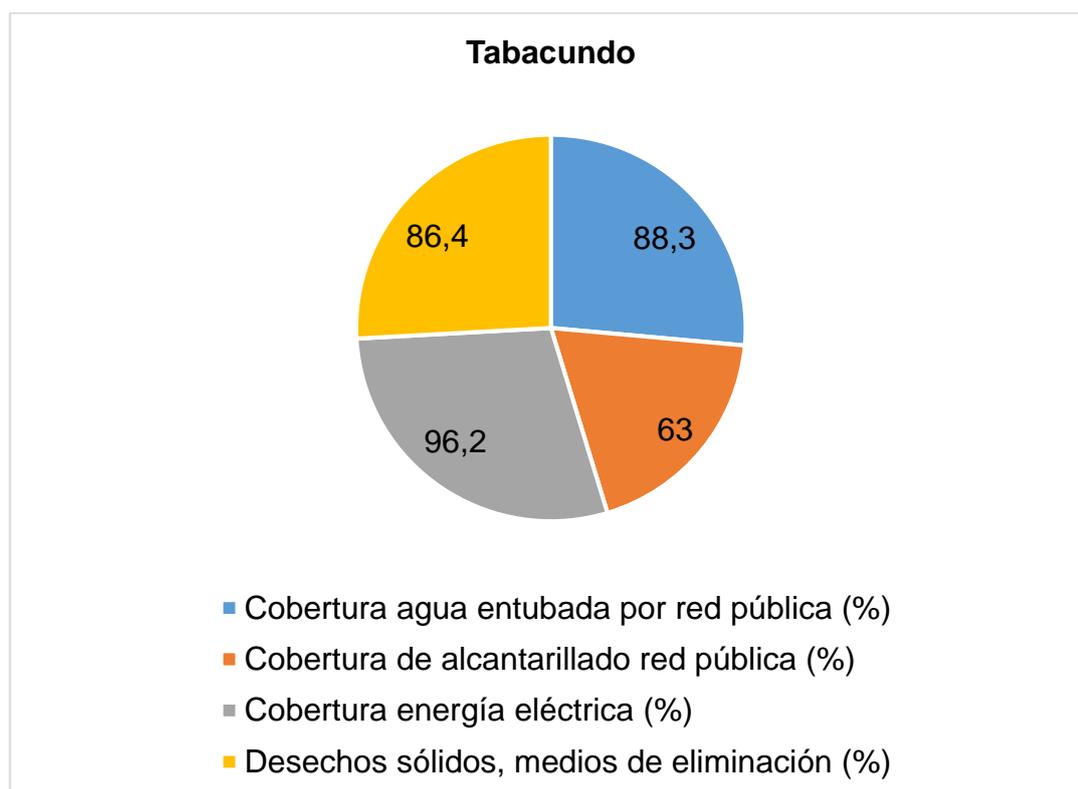


Figura 24 Nivel de acceso a servicios básicos-Pedro Moncayo

Fuente: (INEC, 2010)

De acuerdo con la tabla y figura presentada, a nivel cantonal el porcentaje más alto pertenece a la cobertura de energía eléctrica con el 96,2%, puesto que una de las propuestas del actual gobierno fue impulsar el cambio de matriz energética, esto se cumplió con la construcción de ocho hidroeléctricas a nivel nacional, en consecuencia se ha planificado implementarlo progresivamente, beneficiando a las principales provincias del país tales como Guayas y Pichincha, al mismo tiempo de manera indirecta este cantón fue parte de este beneficio; algo semejante ocurre con que la cobertura de agua con un 88,3%, en el año 2011 ya se realizaban los trabajos respectivos para el canal de riego Cayambe-Pedro Moncayo, favoreciendo a casi 450.000 personas con agua potable e incrementando la producción agrícola y florícola local con el canal de riego; el 86,4% cubre a los métodos que se utilizan para la eliminación de desechos sólidos, y el 63% de los pobladores tienen acceso a alcantarillado, estos indicadores muestran a la sociedad de Pedro Moncayo como un cantón con fácil acceso a los mismos, donde las principales coberturas sobrepasan el 80%, reflejando que a largo plazo este territorio es viable en términos de sostenibilidad, desencadenando aspectos positivos relacionados directamente con términos económicos y sociales.

2.1.1.4. Entorno tecnológico

Se examina la tecnología disponible en el mercado nacional que puede facilitar los procesos operativos y administrativos, tales como: conectividad, softwares administrativos, sistemas de control, facilidad de adquirir y crear conocimiento, entre otros, con relación al desarrollo empresarial uno de los aspectos más relevantes es el comercio electrónico.

2.1.1.4.1. Conectividad

Tabla 16

Conectividad-Pedro Moncayo

Variable	Fuente	Acceso	Cobertura
Internet fijo (usuarios)	SUPERTEL, 2013	6593	17,86%
	IEE, 2013	344	3,95%
Telefonía fija (abonados)	SUPERTEL, 2013	4320	11,70%
Telefonía celular (abonados)	IEE, 2013	6285	72,21%

Fuente: (PODC, 2015)

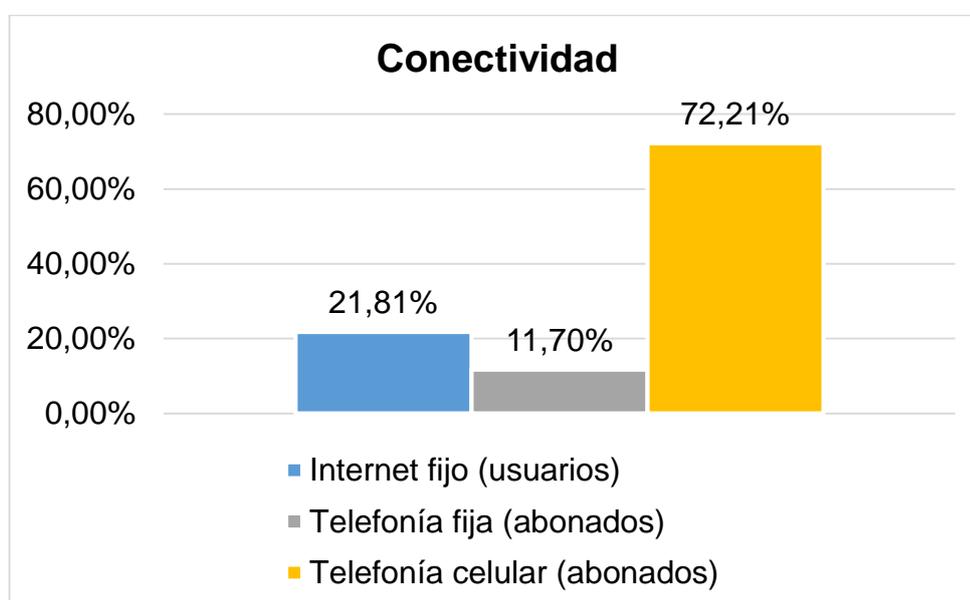


Figura 25 Conectividad-Pedro Moncayo

Fuente: (PODC, 2015)

En el análisis realizado por el Foro Económico Mundial, el Ecuador alcanzó el puesto 91 entre 138 países, esta información se evidenció en el Reporte de Competitividad Global 2016-2017, donde indican que para llegar a esta calificación se basan en 12 pilares: “ instituciones; infraestructura; estabilidad macroeconómica; salud y educación primaria; educación superior y entrenamiento; eficiencia en mercado de bienes; eficiencia en el mercado laboral; desarrollo del mercado financiero; preparación tecnológica; tamaño del mercado; sofisticación en los negocios e innovación” (El Comercio, 2016),

con relación al país manifiestan que bajaron quince puestos comparado con el año 2015, esto se debe a una disminución en 3 de los aspectos mencionados anteriormente, que son: innovación, eficiencia en el mercado laboral y estabilidad macroeconómica, en efecto no tiene aún la capacidad suficiente para sacarle beneficio a las tecnologías de información y comunicaciones (TIC), como internet, móviles y otros.

En el caso de Pedro Moncayo el acceso a servicios de telecomunicaciones, se refleja de la siguiente manera: el 17% de la población tiene acceso a internet, mientras que a telefonía fija solo accede el 12% y el 72% posee telefonía celular, en efecto se puede apreciar el incremento de la cobertura en los tres aspectos a nivel cantonal, esto se debe a que se ha implementado infraestructura en antenas: en telefonía fija hasta el año 2013 se construyeron 8, en el aspecto de telefonía celular fueron edificadas 7 antenas y con respecto al internet se efectuaron 5.

2.1.1.4.2. Sistemas informáticos

A nivel nacional, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), administra el Sistema de Información para los Gobiernos Autónomos Descentralizados (SIGAD), esta herramienta informática fue creada con el fin de cumplir dos objetivos, a través de los siguientes módulos: cumplimiento de metas, mismo que se encuentra especificado en el séptimo criterio constitucional, resaltando el desempeño y trabajo para poder acceder a la asignación de recursos; y el módulo de planificación, que se basa en un punto clave, el plan de desarrollo y ordenamiento territorial, la función de los dos aspectos mencionados están relacionados directamente con el presupuesto que reciben los GAD's, de tal manera que el SENPLADES tiene la autorización para coordinar y dividir de manera equilibrada el presupuesto que el gobierno central emite a estos, apoyando al desarrollo y cumplimiento del Plan del Buen Vivir, garantizando el uso adecuado y soberano de los recursos económicos al promover el desarrollo urbano y rural.

El GAD de Pedro Moncayo maneja la página web oficial, www.pedromoncayo.gob.ec, portal en el cual dan a conocer los servicios que ofrece la institución, a través de seis pestañas, una de ellas dedicada a la actividad turística, donde ofrecen información de los atractivos naturales y culturales más importantes del cantón, añadiendo datos curiosos, así como el horario de atención y sugerencias para llegar al lugar. Al mismo tiempo utilizan a su favor la importancia y tiempo que las personas proporcionan en la actualidad a las redes sociales, por lo cual todas las actividades, obras y gestiones que desarrolla el GAD son publicadas a través de facebook y twitter.

2.1.1.5. Entorno político

Este factor está relacionado directamente con las medidas políticas que se adoptan en el país, un aspecto positivo es la estabilidad por la que atravesado el Ecuador en los últimos diez años; sin embargo no se puede dejar de lado la crisis económica que se está dando a nivel mundial, aunque se debe destacar que por el arduo trabajo del actual gobierno en años anteriores el país logró posicionarse dentro de los rangos promedios con aspectos como el PIB, la inflación y el desempleo, pero después del lamentable terremoto que afectó al país estos índices se han visto afectados y con las próximas elecciones presidenciales el futuro entorno político del país no tiene un claro panorama.

2.1.1.5.1. Forma de gobierno

La forma de gobierno del Ecuador, se caracteriza por estar bajo la dirección de un régimen presidencialista-democrático, desde el año 2008, en el país se promulgó una nueva Carta Magna, misma que asienta 444 artículos, considerada unas de las más extensas del mundo, se dio a través de la Constitución de la República del Ecuador, entre los cambios que se dieron está la reestructuración de las funciones del estado, donde se establecen de la siguiente manera: Función Ejecutiva liderada por el presidente de la

república; Función Legislativa delegada por la Asamblea Nacional, está dirigida por 137 asambleístas, mismos que son elegidos por un período de cuatro años; Función Judicial está integrada en primera instancia por el Consejo de la Judicatura y por la Corte Nacional de Justicia, apoyados por las Cortes provinciales, los juzgados, tribunales y juzgados de paz; Función Electoral es conformada por el Consejo Nacional Electoral que está a cargo de administrar y elaborar los procesos electorales mientras que por otra parte el Tribunal Contencioso Electoral sólo administra la justicia electoral ; y por último esta la Función de Transparencia y Control Social conformada por cuatro instituciones: el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, Controlaría General del Estado, Defensoría del Pueblo y las Superintendencias.

En lo que se refiere a la división política-administrativa del país, el territorio ecuatoriano lo conforman cuatro regiones: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, integrada por 24 provincias, está se dividen en cantones y a su vez se subdividen en parroquias urbanas y rurales. En efecto, las provincias son dirigidas por el Prefecto y Viceprefecto provincial dentro del Gobierno Provincial, esté a su vez se integra por los alcaldes de cada cantón, se debe tener en cuenta que los cantones son considerado como unidades territoriales de tercer nivel que están representadas por un Alcalde y un Concejo que se integra de concejales urbanos y rurales.

2.1.1.5.2. Estabilidad política

Hasta el 2006, en el país tomaron posesión más de 7 presidentes, donde el Ecuador se caracterizaba por una inestabilidad política y económica, ya que gobernaban las minorías, eso cambió, ya que al tener estabilidad política en los últimos diez años se permitió que exista también estabilidad económica y social, según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) destacan la disminución de la pobreza y desigualdad, así como los avances en el sistema educativo y de salud, convirtiéndose en un referente para

Latinoamérica, pues si bien la figura del presidente actual Rafael Vicente Correa Delgado bajo el concepto de la Revolución Ciudadana es la que determinó y desarrolló el cambio, también hay que destacar la madurez política alcanzada por el pueblo.

Mediante cifras aportadas por el INEC y el BCE, se confirma que la pobreza en Ecuador disminuyó en un 13 por ciento en los últimos siete años, el PIB entre 2006 y 2014 creció un 4,3%, otro caso evidente es la inversión en los sectores estratégicos, parte importante del cambio de la matriz productiva, dentro de este aspecto se planeó construir progresivamente 8 hidroeléctricas a nivel nacional, por su parte el turismo es tomado como eje principal para que la sociedad ecuatoriana se desarrolle dentro de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, en efecto en el período Enero-Septiembre del año 2016, el ingreso de divisas por este sector fue de 1.075,5 millones de dólares y un egreso de 783,5 millones, generando un saldo positivo para el país de 292 millones, todo este avance no sería posible sin la inversión que se ha dado en vialidad con 8.500 millones de dólares a nivel nacional, de esta manera el sector turístico cerró el año ocupando el tercer lugar como fuente de ingresos; de acuerdo con el sector tributario en el país arroja resultados positivos para su economía, en efecto en el año 2013 se recaudó una cifra de 12.758 millones, es decir 1.500 millones de dólares en incremento que representa un aumento del 13.3%; sin embargo, se debe recalcar que la actual administración ha contado con los recursos económicos y la capacidad necesaria para hacerle frente a una coyuntura a nivel internacional, donde posiblemente se podían ver afectados los alcances que ha logrado este gobierno por la desaceleración económica a nivel mundial y por la caída del precio del petróleo.

Con respecto al aspecto social, es digno de destacar el trabajo realizado por Lenin Moreno cuando ejerció su mandato como Vicepresidente de la República en el período 2007-2013, proponiendo y desarrollando dos misiones llamadas: “Manuela Espejo” y “Joaquín Gallegos Lara”, destinadas específicamente a un grupo considerado anteriormente como vulnerable ya

que a partir de estos programas se los denomino grupos de atención prioritaria, efectuó un arduo trabajo con las personas discapacitadas al lograr cambiar su panorama ya que anteriormente vivían discriminación, exclusión y marginación. En América Latina países como: Paraguay, Uruguay, Chile, Perú, Colombia y El Salvador están en un proceso para desarrollar la réplica del programa “Manuela Espejo”.

El panorama político en el país aún es confuso, ya que el próximo mes en Febrero se realizarán las elecciones presidenciales, donde se elegirá al presidente y vicepresidente del país, asambleístas y representantes para el Parlamento Andino, esto podría cambiar totalmente los aspectos económicos y sociales, todo dependerá de la forma de gobierno del presidente venidero.

2.1.1.5.3. Planes y programas gubernamentales

A nivel cantonal, se han planificado y desarrollado varios planes en beneficio de sus habitantes, entre estos, se destacan: el Plan de Desarrollo Provincial 2002-2022, los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial 2005-2025, y a nivel cantonal realizados en el año 2011, 2012, 2013 y una actualización en el año 2015; el Plan Integral de Salud 2003-2007; el Plan de Movilidad y el Reglamento del recorrido y el uso de las vías en la ciudad de Tabacundo, se llevaron a cabo en Enero y Abril del 2014 respectivamente; y el Plan Estratégico General de Desarrollo 2006-2015 donde se plantean proyectos estratégicos que influyen en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes, mientras que el Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal del período 2011-2020 se originó con el fin de dar prioridad a las estrategias que ayuden a la diversificación y dinamización del aspecto económico y social del cantón.

Dichos planes están alineados directamente con el Plan Nacional del Buen Vivir al ser un instrumento de planificación, mismo que también está regido por la SENPLADES, al tener a cargo el trabajo de los GAD's a nivel nacional

a través de la herramienta informática SIGAD, buscando siempre el desarrollo parroquial y cantonal, mediante el uso correcto de los atractivos y recursos, potencializándolos en beneficio de la comunidad.

2.1.1.5.4. Convenios y programas de cooperación internacional

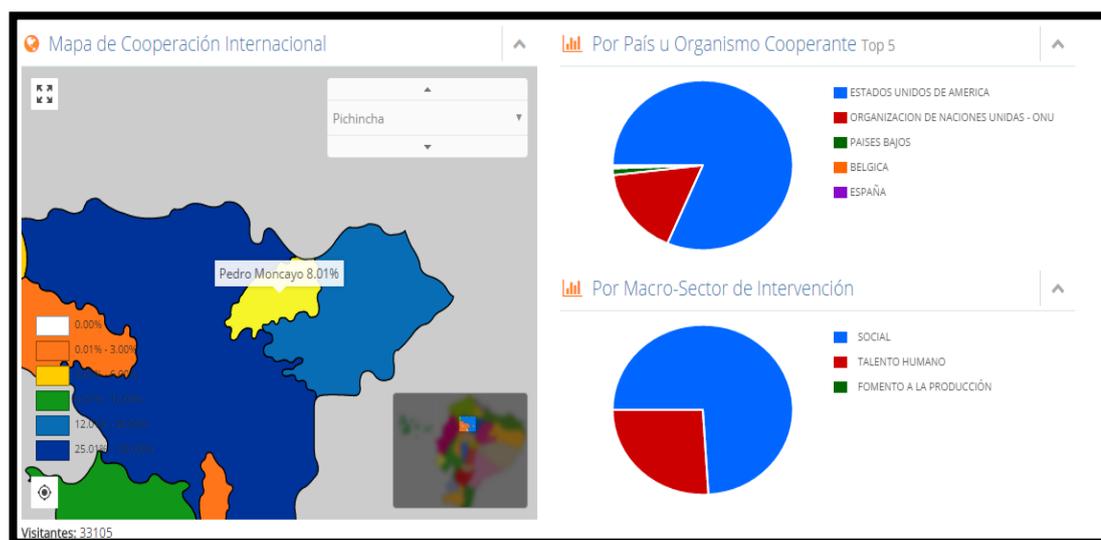


Figura 26 Mapa de Cooperación Internacional-Ecuador

Fuente: (SETECI, 2017)

El mapa interactivo de Cooperación Internacional, es una herramienta de consulta de información, en el cual se especifican varios aspectos, tales como: los países y organismos que la integran, así como los proyectos, períodos, alcance territorial y montos, mismos que no reembolsables ya que están incluidos en el Plan Nacional del Buen Vivir, la Secretaría Técnica de Cooperación Internacional (SETECI) es la encargada de administrar y validar la información especificada en este mapa, en efecto se realizaron dos convenios con tres organizaciones no gubernamentales de otros países, una de ellas es la entidad “Wild Aid” de origen estadounidense con sede en San Francisco que lucha contra la extinción de fauna vulnerable, de tal manera están alineados con los objetivos de la política pública, de tal manera el Cantón Pedro Moncayo por medio del GAD recibió el 8,01% del monto total

que se designa a nivel nacional, buscando alinear las prioridades que se dan a nivel rural y urbana con el fin de complementar los objetivos del cambio de la Matriz Productiva, con enfoques en el aspecto social, talento humano y fomento a la producción.

2.1.1.6. Entorno legal

Para que la actividad turística se desarrolle con normalidad, debe atenerse a ciertas leyes y reglamentos, y estos a su vez se encuentran relacionado directamente con la Constitución de la República del Ecuador, en consecuencia, para operar y funcionar dentro de las leyes establecidas se deben regir a las instancias que se citan a continuación.

2.1.1.6.1. Constitución de la República del Ecuador

Todas las leyes ecuatorianas se establecen a partir de esta carta magna, a partir del año 2008 la Asamblea Nacional Constituyente hizo reformas con el fin de dar paso a nuevas leyes y planes que fomenten la nueva matriz productiva, misma que tiene el objetivo de que el país deje de importar y comience a producir sus propios productos, además a partir de esta instancia se reconoce al turismo como un sector prioritario y dinamizador de la economía nacional. La constitución es el texto con mayor autoridad jurídica a partir del cual se rigen todos los sectores, y partir del cual se han derivado planes como el Plan Nacional del Buen Vivir donde se establecen objetivos para llegar a ser un país más industrializado y el PLANDETUR 2020 el cual se aplica para el turismo y donde se proyecta al turismo de una manera sostenible y dividido en áreas y objetivos de trabajo.

2.1.1.6.2. Tratados y convenios internacionales

La parroquia de Tabacundo al ser la principal exportadora florícola del Ecuador anualmente realiza la Feria Mundial de la Rosa, misma que consiste en una serie de eventos como exposiciones de flores, la elección de la Reina Mundial Rosa, presentaciones artísticas y la Cumbre Mundial de la Rosa, en éste último intervienen especialistas nacionales y extranjeros con el fin de unificar el conocimiento acerca de la floricultura, por lo que cada año se efectúan diversos convenios con florícolas internacionales.

Ecuador no tiene un tratado que beneficie específicamente a esta parroquia en el ámbito turístico, pero a nivel nacional existen encuentros de intercambio cultural realizados por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, por ejemplo el último se realizó con China y también existen convenios de instituciones educativas privadas para realizar viajes de intercambio cultural. A su vez el Gabinete Binacional Ecuador Colombia realiza proyectos como el Fondo Conjunto de Promoción Turística, La Ruta Espiritual, entre otros cuyo principal objetivo es un desarrollo turístico para ambos países.

2.1.1.6.3. Leyes y reglamentos

En el capítulo IV de la Ley de Turismo en el artículo 15 manifiestan que:

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;

- 2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;*
- 3. Planificar la actividad turística del país;*
- 4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;*
- 5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;*
- 6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;*
- 7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;*
- 8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;*
- 9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;*
- 10. Calificar los proyectos turísticos;*
- 11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y*
- 12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos. (Ministerio de Turismo (Mintur), 2008, pág. 3-4)*

En el capítulo II de las actividades turísticas y de quienes las ejercen en el artículo 5 establecen que:

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. (Ministerio de Turismo (Mintur), 2008, pág. 2)

En el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD, específicamente en el Título I, en el artículo 2 indican sus principales objetivos estableciendo lo siguiente:

a) La autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados, en el marco de la unidad del Estado ecuatoriano;

b) La profundización del proceso de autonomías y descentralización del Estado, con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la integración y participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población;

c) El fortalecimiento del rol del Estado mediante la consolidación de cada uno de sus niveles de gobierno, en la administración de sus circunscripciones territoriales, con el fin de impulsar el desarrollo nacional y garantizar el pleno ejercicio de los derechos sin discriminación alguna, así como la prestación adecuada de los servicios públicos;

d) La organización territorial del Estado ecuatoriano equitativa y solidaria, que compense las situaciones de injusticia y exclusión existentes entre las circunscripciones territoriales;

e) La afirmación del carácter intercultural y plurinacional del Estado ecuatoriano;

f) La democratización de la gestión del gobierno central y de los gobiernos autónomos descentralizados, mediante el impulso de la participación ciudadana;

g) La delimitación del rol y ámbito de acción de cada nivel de gobierno, para evitar la duplicación de funciones y optimizar la administración estatal;

h) La definición de mecanismos de articulación, coordinación y corresponsabilidad entre los distintos niveles de gobierno para una adecuada planificación y gestión pública;

i) La distribución de los recursos en los distintos niveles de gobierno, conforme con los criterios establecidos en la Constitución de la República para garantizar su uso eficiente. (Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD), 2010, pág. 5-6)

Por otra parte dentro del artículo 4 se establece lo siguiente:

Art. 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados.- Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

a) El desarrollo equitativo y solidario mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización;

b) La garantía, sin discriminación alguna y en los términos previstos en la Constitución de la República de la plena vigencia y el efectivo goce de los derechos individuales y colectivos constitucionales y de aquellos contemplados en los instrumentos internacionales;

c) El fortalecimiento de la unidad nacional en la diversidad;

d) La recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de medio ambiente sostenible y sustentable;

e) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural;

f) La obtención de un hábitat seguro y saludable para los ciudadanos y la garantía de su derecho a la vivienda en el ámbito de sus respectivas competencias;

g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir;

h) La generación de condiciones que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución a través de la creación y funcionamiento de sistemas de protección integral de sus habitantes; e,

i) Los demás establecidos en la Constitución y la ley.

(Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD), 2010, pág. 7-8)

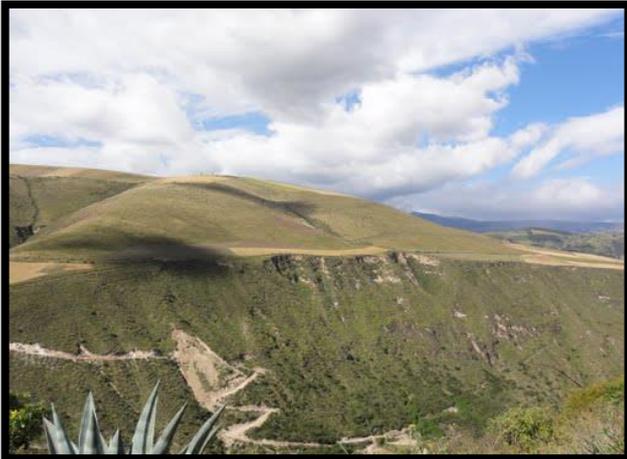
2.1.1.6.4. Permisos de operación y funcionamiento

Los permisos de operación y funcionamiento no aplican debido a que el organismo que rige el GAD es el Municipio de Quito, y para otorgar permisos dentro de la parroquia la persona responsable es el representante del GAD, en este caso el señor Alcalde Frank Gualsaquí.

2.1.2. Microambiente

Se analizan factores externos, que tienen influencia inmediata, a pesar de no ser controlables, se examinan a profundidad, con el fin de identificar posibles fortalezas y debilidades, en primera instancia se investiga a los atractivos turísticos que poseen la parroquia, así como los proveedores, intermediarios, competencia directa, entre otros, que apoyan al desarrollo tanto económico como social de la población tabacundeña.

2.1.2.1. Atractivos turísticos (naturales y culturales) de Tabacundo

Atractivos Naturales		
Nombre	Foto	Descripción
Lagunas de Mojanda		Este sistema lacustre es uno de los importantes humedales a nivel nacional, está formado por cuatro lagunas: Caricocha que significa (Laguna Macho), Huarmicocha (Laguna Hembra), Yanancocha (Hija cocha o Laguna Negra) y Ñuscacocha (Laguna Ciega), situadas a 3.600 msnm.
Cerro Yanahurco		Es considerado de origen volcánico, también se lo conoce como cerro negro, está una altitud de 4.300 m.s.n.m, ubicado en la cima del sistema montañoso del nudo de Mojanda-Cajas.
Loma de Cananvalle		Antiguamente era considera la Gran Huaca Tola, ubicada a una altitud de 2.900 m.s.n.m, es una extensa planicie, que se convierte en un mirador ideal para apreciar la vista panorámica de Tabacundo, en este lugar se practican algunos deportes extremos como ciclismo de montaña.

Continúa 

Atractivos Culturales

Iglesia
Matriz de
Tabacundo



Fuente: <http://bit.ly/2bgXotw>

Construida en el año 1887, tiene un estilo neoclásico, es la tercera edificación reconstruida, también es conocida como Santuario Diocesano, en su interior se encuentran retablos de la Escuela Quiteña y mantienen dos copias de los cuadros del Juicio Final y del Infierno.

Museo de
Mama Nati



Fuente: <http://bit.ly/2aCx4MS>

Funciona desde el año 2005, sus nombre es en honor a la Santísima Virgen de la Natividad, está ubicada a un costado de la iglesia, al lado norte del parque Homero Valencia, es centro de varias exposiciones.

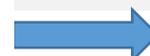
Fiestas de
San Pedro



Fuente: <http://bit.ly/2jEEQp8>

En el 2016 fueron declaradas como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, esta celebración es el resultado de la transformación de lo que en un principio fueron las fiestas del Inti Raymi, tiene una duración de 6 semanas, se inicia dos semanas antes del 21 de junio, el 29 de junio de cada año es la tradicional toma de la plaza, donde participan varios personajes como: aya humas, aruchicos, chinucas y huasicamas.

Continúa



Fiestas de Cantonización



Fuente: <http://bit.ly/2b7PC6S>

Se celebra cada año del 9 al 26 de septiembre, el desfile principal lo encabezan las autoridades del cantón, en el cual participan varias delegaciones que representan a distintos cantones, unidades educativas, así como empresas públicas y privadas, además se desarrollan ferias, exposiciones y los tradicionales toros del pueblo.

Fiestas de la Santísima Virgen de Natividad



Fuente: <http://bit.ly/2bgWL39>

Celebrada en honor a la Virgen de Natividad, sus fiestas se desarrollan en el mes de Noviembre, formadas por novenas, misas y procesiones que datan del año 1604 donde fieles devotos recorrían caminos desde Tabacundo hacia el Quinche.

Desfile de los Guioneros



Fuente: <http://bit.ly/2aCx4MS>

Este desfile se da en el mes marzo, por lo general el domingo de resurrección, quienes participan son campesinos-cristianos, que cambian su atuendo habitual por un elegante traje de corte occidental, bailan al ritmo de la música del pífano, llevan consigo un pendón de dos metros de altura con una cruz en la parte superior cubierta con un velo blanco o morado.

Continúa 

Fiesta de la Cosecha



Fuente: <http://bit.ly/2aCx4MS>

Forma parte de las Fiestas de Cantonización, el último día lo festejan, exactamente el 26 de Septiembre de cada año, es celebrada en honor a la Pachamama es decir a la madre tierra en agradecimiento por las cosechas recibidas, se remonta a tiempos precolombinos.

Feria Mundial de la Rosa



Fuente: <http://bit.ly/2aCx4MS>

Este evento se desarrolló por primera vez en el año 2015, donde se desarrollaron algunas actividades: tour de la rosa, cumbre mundial de la rosa y la elección de la reina mundial cuyas representantes estaban en los grupos de delegados de diferentes países como: Cuba, Venezuela, Perú, Argentina y Palestina.

Molino El Cucho



Fuente: GAD PM. Archivo Fotográfico Municipal de Pedro Moncayo, 2011.

Ubicado en la comunidad San Luis de Ichisí, fue construido hace 150 años, antiguamente aquí molían los granos de maíz y pocos aun lo siguen haciendo, la fuerza del molino es hidráulica ya que se genera por las vertientes del río Granobles, alrededor de este sitio se han formado varias leyendas.

Figura 27 Atractivos turísticos - Tabacundo

Fuente: (Plan estratégico de desarrollo turístico de Pedro Moncayo, 2014)

2.1.2.2. Clientes, turistas y/o visitantes

De acuerdo con Quesada (2007) en su libro Elementos del Turismo define:

Turista es quien viaja a otro lugar distinto al de su domicilio, regresando después al mismo, la duración de ese viaje, así como la permanencia en el destino, debe ser superior a veinticuatro horas y menor a seis meses, los propósitos del viaje (motivaciones) son muy amplios y diversos y aunque en un principio no se consideraban turistas, quienes viajaban por negocios, hoy en día sí se aceptan a éstos como tales (pág.7).

Es decir los turistas que visitan Tabacundo, son hombres y mujeres, que tienen un rango de edad de 1-65 años de edad, que se desplazan por un motivo específico, ya sea a conocer y descubrir los atractivos tanto naturales como culturales que posee, la mayoría de visitantes que llegan al lugar son familias procedentes de ciudades de Quito e Ibarra en su mayoría, de esta manera mediante la investigación realizada, se planearán estrategias que ayuden a la potencialización turística de Tabacundo, tomando en cuenta el perfil de sus clientes para incrementar el número de visitas a esta localidad.

2.1.2.3. Competencia directa e indirecta

Cayambe está ubicada al nororiente de Quito a 69 kilómetros de distancia, por su ubicación se convierte en la competencia directa de Tabacundo, al tener varias similitudes, ya que ambas son consideradas cabeceras cantonales, por otra parte Cayambe tiene entre sus principales actividades la producción de flores, así como la producción ganadera, desde años atrás la exportación de flores de este lugar han ido incrementando notablemente a varios destinos importantes como Europa y Estados Unidos, además ofrece a los turistas un sin número de atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, como el volcán Cayambe, el Templo de San Pedro de Cayambe, Fiestas de San Juan de Cayambe, Laguna San Marcos, Museo Puntiatichil,

en cuanto a su riqueza gastronómica destacan sus bizcochos ya que son muy apetecidos generando grandes ingresos a sus pobladores.

2.1.2.4. Sustitutos

Los sustitutos de la Parroquia de Tabacundo son todas las parroquias rurales que se encuentren en el Cantón Pedro Moncayo y en el Cantón Cayambe, ya que al estar ubicadas en sus alrededores cuentan con características similares, tanto en su oferta en cuanto a: atractivos naturales, culturales, gastronómicos.

2.1.2.5. Proveedores

Actualmente no existen agencias de viajes que promocionen a Tabacundo, tanto a nivel nacional como internacional, pero páginas online como TripAdvisor promocionan esta parroquia, ya que en este lugar se encuentra la Hacienda Tomalon y la Casa Mojanda convirtiéndose en puntos de referencia, por el prestigio de estos establecimientos hoteleros que se encuentra aledaños a la localidad.

2.1.2.6. Organismos reguladores

El organismo que regula a la parroquia urbana de Tabacundo es el GAD de Pedro Moncayo, quien trabaja conjuntamente con la policía nacional, cuerpo de bomberos, llevando a cabo proyectos sociales que beneficien a sus pobladores, brindan apoyo a las autoridades eclesiásticas de la parroquia, ya que este aspecto es muy importante en la parroquia.

2.2. Análisis interno

2.2.1. Constitución legal de Pedro Moncayo

El cantón fue fundado el 26 de septiembre de 1911, con una extensión total de 333 kilómetros cuadrados, donde antiguamente era considerado el territorio de los Cayambis-Caranquis, quienes se resistieron a la invasión incaica por 17 años aproximadamente, su nombre se da en honor al ilustre ibarreño Dr. Pedro Moncayo, la división administrativa del cantón lo divide en: cuatro parroquias rurales que son La Esperanza, Tocachi, Malchinguí y Tupigachi, mientras que la única parroquia urbana es Tabacundo considerada la cabecera cantonal, lugar donde se desarrolla la presente investigación.

2.2.2. Recursos y capacidades

2.2.2.1. Tangibles

2.2.2.1.1. Económicos y financieros

El gobierno es quien directamente designa los recursos económicos a cada uno de los GAD's a nivel nacional, a través de la SENPLADES, quien es la encargada directa de distribuir equitativamente estos recursos, dependiendo de las necesidades y requerimientos de cada una, y en Pedro Moncayo, el Alcalde Fran Gualsaquí es el encargado de distribuir equilibradamente este dinero para todos los departamentos que así lo requieran, en el año 2015 para el área turística se destinó aproximadamente 120.000,00 dólares, este monto fue invertido en dos factores primordiales para la Feria Mundial de la Rosa y para mejorar la infraestructura en las Lagunas de Mojanda.

2.2.2.1.2. Físicos

Son todos los bienes físicos que tiene la parroquia de Tabacundo, que en este caso son administrados por el GAD de Pedro Moncayo y se detallan a continuación:

- Edificación donde opera el Gobierno de la Municipalidad de Pedro Moncayo, ubicado al frente del parque central.



Figura 28 Instalaciones GAD de Pedro Moncayo

Dentro de esta edificación, se encuentra:

- Auditorio

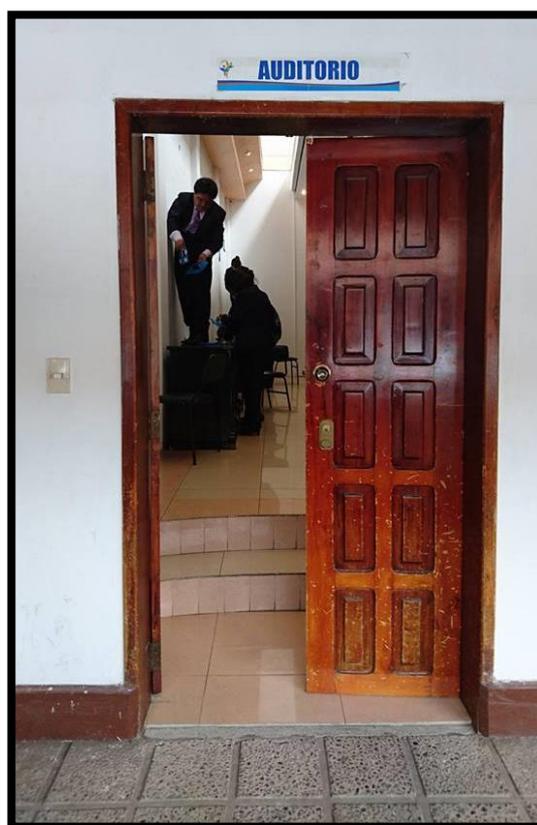


Figura 29 Ingreso al auditorio - Tabacundo



Figura 30 Toma desde la puerta de salida del auditorio - Tabacundo

- Adjunto al GAD cantonal, funciona el centro de desarrollo empresarial y apoyo al emprendimiento.



Figura 31 Centro de desarrollo empresarial – Tabacundo

- En una construcción ubicada a una cuadra del GAD funciona la Dirección de Gestión Social y Planeación Estratégica, donde se desempeña el departamento de turismo del cantón.



**Figura 32 Dirección de Gestión Social y Planeación Estratégica-
Tabacundo**

2.2.2.1.3. Tecnológicos

Actualmente el GAD de Pedro Moncayo, está alineado a una herramienta informática llamada Sistema de Información para los Gobiernos Autónomos Descentralizados (SIGAD), que ayuda a capturar toda la información concerniente con el cálculo del índice de cumplimiento de metas y el módulo del plan de ordenamiento territorial, ya que en base a estos requerimientos reciben la asignación de recursos, trabajan conjuntamente con el cumplimiento de metas del Plan de Desarrollo del GAD y del Plan Nacional de Desarrollo Provincial. Por otra parte Tabacundo ya ha realizado planes de ordenamiento territorial el último fue en el año 2015 donde se realizó una actualización al plan desarrollado en el año 2013, además con este sistema se intenta obtener un rendimiento eficaz, efectivo y eficiente del GAD bajo la tutela y supervisión de la SENPLADES.

2.2.2.1.4. Estructura organizacional

Gracias a la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública – LOTAIP, se pueden obtener los organigramas estructurales-funcionales de todos los GAD de Ecuador, a continuación el organigrama actualizado al 2015 del GAD de Pedro Moncayo, valga aclarar que éste opera en Tabacundo, dado que esta parroquia es su cabecera cantonal:

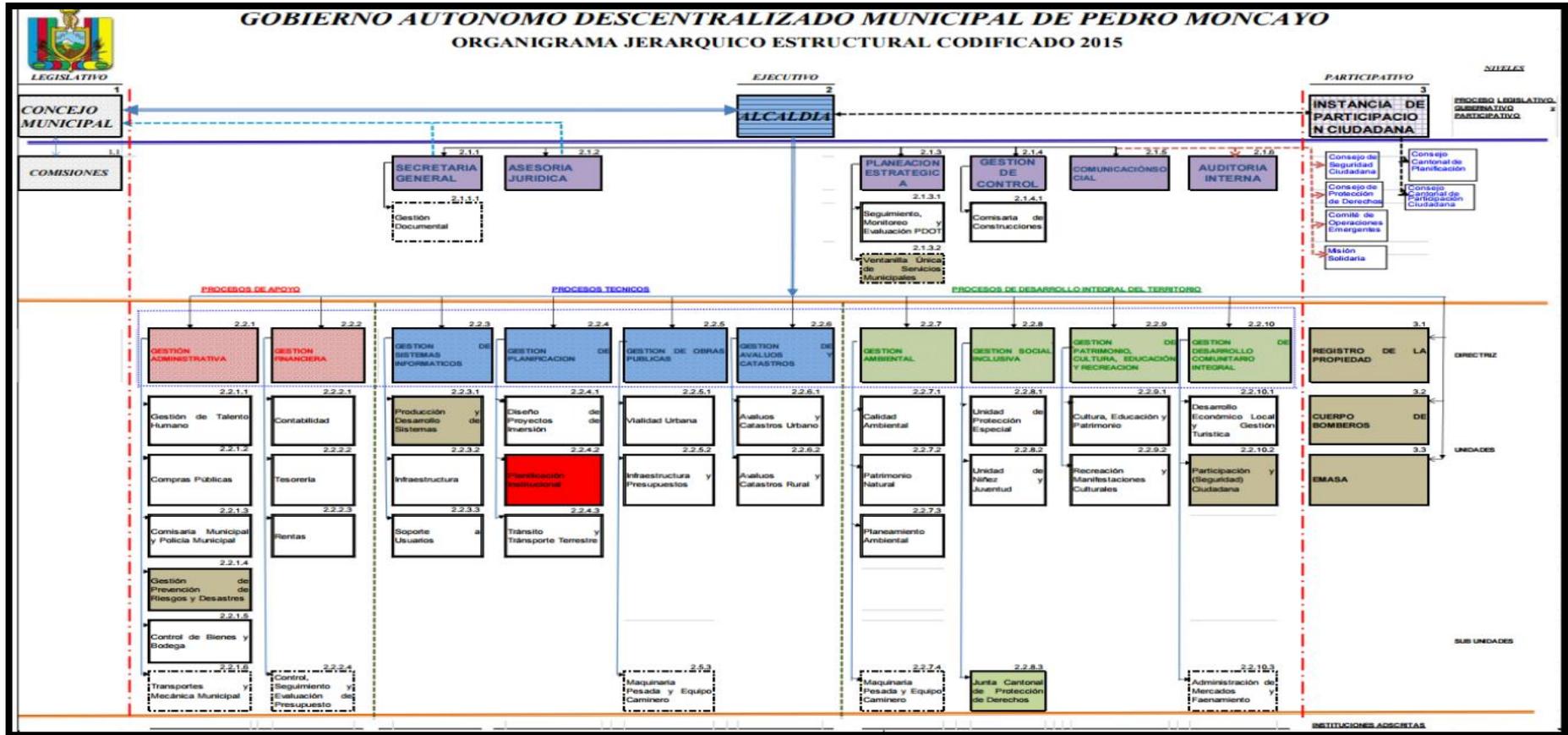


Figura 33 Estructura organizacional – GAD Pedro Moncayo

Fuente: (GAD Pedro Moncayo, 2015)

2.2.3. Intangibles

2.2.3.1. Humanos

De acuerdo con la información que se maneja en el GAD de Pedro Moncayo, el talento humano que desempeña sus funciones son por medio de contratos fijos, otros ocasionales y por supuesto los de elección popular, por tanto al referirse a recursos humanos se tiene la siguiente distribución:

- 12 puestos de elección popular, los cuáles se componen de: 1 alcalde, 1 vicealcalde y 6 concejales
- 11 puestos a nivel directivo
- 22 servidores públicos
- 26 servidores públicos de apoyo
- 12 servidores públicos con contrato ocasional
- 3 puestos con contrato a plazo fijo por una remuneración de USD 600,00
- 68 trabajadores de plazo fijo con cargos en servicios varios quienes están sujetos al salario básico, actualmente USD 366,00.

2.2.3.2. Innovación y creatividad

Referente al sector turístico, las autoridades del GAD del cantón trabajan conjuntamente con el Ministerio del Ambiente y la Secretaria Nacional del Agua (SENAGUA) para implementar y lograr desarrollar un proyecto para la conservación de las Lagunas de Mojanda, con el fin de proteger las fuentes de agua del lugar, es así que se han planteado algunas propuestas referentes al tema como: realizar gestiones para la declaratoria del área de conservación por parte del GAD de Pedro Moncayo; brindar el apoyo técnico para la creación del Área de Conservación Municipal; de parte de SENAGUA se ha dispuesto apoyar en la Declaratoria de Área de Protección Hídrica a partir de los 3600 m.s.n.m.; así como brindar acompañamiento y seguimiento de las florícolas respecto a la acreditación de las mismas.

2.2.3.3. Prestigio y reconocimiento

El cantón Pedro Moncayo tiene el prestigio de ser el principal productor de rosas a nivel nacional, así el 24 de septiembre del 2011 se le otorgó la insignia de ser la Capital Mundial de la Rosa, dado que las flores obtenidas de este lugar son preferidas en los países como Holanda, Rusia, España y otros; los pobladores de Tabacundo salen hasta las vecinas parroquias rurales a trabajar, aquí se encuentran importantes florícolas donde nace aproximadamente el 25% de las rosas que Ecuador exporta, esto ocurre gracias a la ubicación estratégica del cantón ya que permite la caída perpendicular del sol sobre las tierras que además son sumamente fértiles, en consecuencia este cantón es la sede para la elección anual de la Reina Mundial de la Rosa, misma que es de carácter internacional al contar con candidatas de distintos países.

Otra de las actividades que generan reconocimiento para el cantón pero en menor porcentaje es el turismo, aunque actualmente se está tratando de potencializar más sus atractivos ya se cuenta con importantes insignias como: Las Ruinas Arqueológicas de Cochasqui, las lagunas de Mojanda, las fiestas de San Pedro, la Ruta de las Flores y sobre todo a nivel parroquial la devoción hacia la virgen de la Natividad.

2.3. Análisis FODA

2.3.1. Fortalezas

1. Ubicación geográfica estratégica al encontrarse en el camino hacia las provincias del norte y su cercanía con la capital del país.
2. Al ser la cabecera cantonal es la sede de importantes eventos nacionales.
3. Diversidad de atractivos turísticos al contar con sitios naturales y manifestaciones culturales concentradas en una sola parroquia.

4. Distinción de las Fiestas de San Pedro al recibir el título de Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.
5. Reconocimiento a nivel nacional e internacional por la producción de rosas.
6. Estructuración y actualización de Planes de desarrollo estratégico para la parroquia.

2.3.2. Oportunidades

1. Cambio en la matriz productiva.
2. Apoyo técnico y económico por parte del Gobierno de la Provincia de Pichincha.
3. Afluencia de turistas nacionales hacia ciertos atractivos turísticos del cantón.
4. Alianza del GAD de Pedro Moncayo con la radio "Intipacha" de Cayambe.
5. Mayores oportunidades de créditos a las pequeñas y medianas empresas (PYMES).
6. Apoyo y asesoría por el Mintur para desarrollar la Feria Mundial de la Rosa.

2.3.3. Debilidades

1. Inestabilidad laboral del encargado del área turística dentro del GAD.
2. Insuficiente asignación de recursos económicos y humanos para el desarrollo turístico por parte del GAD.
3. Desconocimiento de la población acerca de sus recursos productivos.
4. Carencia de estrategias y proyectos para fomentar un turismo sostenible.
5. Escasas capacitaciones para fomentar el turismo en la parroquia.
6. Contaminación por parte de las florícolas.

2.3.4. Amenazas

1. Recesión y desaceleración de las principales economías a nivel mundial.
2. Afectación en las exportaciones por el fortalecimiento del dólar.
3. Cambio de políticas económicas tras las elecciones de Febrero 2017.

4. Contratación de la mayor parte de la PEA por parte de las florícolas.
5. Competencia directa con el cantón Cayambe.
6. Descuido de los atractivos del cantón y parroquia por parte del MINTUR.

2.3.5. Matriz FODA

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Ubicación geográfica estratégica al encontrarse en el camino hacia las provincias del norte y su cercanía con la capital del país.	O1	Cambio en la matriz productiva.
F2	Al ser la cabecera cantonal es la sede de importantes eventos nacionales.	O2	Apoyo técnico y económico por parte del Gobierno de la Provincia de Pichincha.
F3	Diversidad de atractivos turísticos al contar con sitios naturales y manifestaciones culturales concentradas en una sola parroquia.	O3	Afluencia de turistas nacionales hacia ciertos atractivos turísticos del cantón.
F4	Distinción de las Fiestas de San Pedro al recibir el título de Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.	O4	Alianza del GAD de Pedro Moncayo con la radio "Intipacha" de Cayambe.
F5	Reconocimiento a nivel nacional e internacional por la producción de rosas.	O5	Mayores oportunidades de créditos a las pequeñas y medianas empresas (PYMES).
F6	Estructuración y actualización de Planes de desarrollo estratégico para la parroquia.	O6	Apoyo y asesoría por el Mintur para desarrollar la Feria Mundial de la Rosa.
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Inestabilidad laboral del encargado del área turística dentro del GAD.	A1	Recesión y desaceleración de las principales economías a nivel mundial.
D2	Insuficiente asignación de recursos económicos y humanos para el desarrollo turístico por parte del GAD.	A2	Afectación en las exportaciones por el fortalecimiento del dólar.
D3	Desconocimiento de la población acerca de sus recursos productivos.	A3	Cambio de políticas económicas tras las elecciones de Febrero 2017.

Continúa 

D4	Carencia de estrategias y proyectos para fomentar un turismo sostenible.	A4	Contratación de la mayor parte de la PEA por parte de las florícolas.
D5	Escasas capacitaciones para fomentar el turismo en la parroquia.	A5	Competencia directa con el cantón Cayambe.
D6	Contaminación por parte de las florícolas.	A6	Descuido de los atractivos del cantón y parroquia por parte del Mintur.

Figura 34 Matriz FODA – Tabacundo

2.3.6. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

MATRIZ MEFE										
N°	FACTORES EXTERNOS	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	5	3	1
	OPORTUNIDADES									
O1	Cambio en la matriz productiva.		X						30	
O2	Apoyo técnico y económico por parte del Gobierno de la Provincia de Pichincha.	X						50		
O3	Afluencia de turistas nacionales hacia ciertos atractivos turísticos del cantón.		X						30	
O4	Alianza del GAD de Pedro Moncayo con la radio "Intipacha" de Cayambe.		X						30	
O5	Mayores oportunidades de créditos a las pequeñas y medianas empresas (PYMES).			X						10
O6	Apoyo y asesoría por el Mintur para desarrollar la Feria Mundial de la Rosa.		X						30	
	AMENAZAS									
A1	Recesión y desaceleración de las principales economías a nivel mundial.					X			3A	
A2	Afectación en las exportaciones por el fortalecimiento del dólar.				X			5A		
A3	Cambio de políticas económicas tras las elecciones de Febrero 2017.				X			5A		
A4	Contratación de la mayor parte de la PEA por parte de las florícolas.					X			3A	
A5	Competencia directa con el cantón Cayambe.				X			5A		
A6	Descuido de los atractivos del cantón y parroquia por parte del Mintur.					X			3A	

Figura 35 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)-Tabacundo

2.3.7. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

MATRIZ MEFI										
FACTORES INTERNOS		Fortalezas			Debilidades			Impacto		
N°	FORTALEZAS	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	5	3	1
F1	Ubicación geográfica estratégica al encontrarse en el camino hacia las provincias del norte y su cercanía con la capital del país.	X						F5		
F2	Al ser la cabecera cantonal es la sede de importantes eventos nacionales.	X						F5		
F3	Diversidad de atractivos turísticos al contar con sitios naturales y manifestaciones culturales concentradas en una sola parroquia.		X						F3	
F4	Distinción de las Fiestas de San Pedro al recibir el título de Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.	X						F5		
F5	Reconocimiento a nivel nacional e internacional por la producción de rosas.		X						F3	
F6	Estructuración y actualización de Planes de desarrollo estratégico para la parroquia.		X						F3	
DEBILIDADES										
D1	Inestabilidad laboral del encargado del área turística dentro del GAD.				X			D5		
D2	Insuficiente asignación de recursos económicos y humanos para el desarrollo turístico por parte del GAD.					X			D3	
D3	Desconocimiento de la población acerca de sus recursos productivos.				X			D5		
D4	Carencia de estrategias y proyectos para fomentar un turismo sostenible.					X			D3	
D5	Escasas capacitaciones para fomentar el turismo en la parroquia.					X			D3	
D6	Contaminación por parte de las florícolas.					X				D1

Figura 36 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)-Tabacundo

2.3.8. Matriz de vulnerabilidad (MV)

N°	DEBILIDADES		D1	D2	D3	D4	D5	D6	TOTAL	ORDEN PRECEDENCIA
			5	3	5	3	3	1		
			Inestabilidad laboral del encargado del área turística dentro del GAD.	Insuficiente asignación de recursos económicos y humanos para el desarrollo turístico por parte del GAD.	Desconocimiento de la población acerca de sus recursos productivos.	Carencia de estrategias y proyectos para fomentar un turismo sostenible.	Escasas capacitaciones para fomentar el turismo en la parroquia.	Contaminación por parte de las florícolas		
	AMENAZAS									
A1	Recesión y desaceleración de las principales economías a nivel mundial.	3	5	5	1	3	3	1	18	11
A2	Afectación en las exportaciones por el fortalecimiento del dólar.	5	0	3	3	1	1	5	13	12
A3	Cambio de políticas económicas tras las elecciones de Febrero 2017.	5	5	5	5	5	3	3	26	9
A4	Contratación de la mayor parte de la PEA por parte de las florícolas.	3	3	5	5	5	5	5	28	8
A5	Competencia directa con el cantón Cayambe.	5	5	5	3	5	5	1	24	10
A6	Descuido de los atractivos del cantón y parroquia por parte del Mintur.	3	5	5	5	5	5	5	30	7
TOTAL:			23	28	22	29	22	20	144	
ORDEN PRECEDENCIA			3	2	4	1	5	6		

Figura 37 Matriz de vulnerabilidad (MV)-Tabacundo

2.3.9. Matriz de aprovechabilidad (MA)

N°	FORTALEZAS		F1	F2	F3	F4	F5	F6	TOTAL	ORDEN PRECEDENCIA
			5	5	3	5	3	3		
	OPORTUNIDADES		Ubicación geográfica estratégica al encontrarse en el camino hacia las provincias del norte y su cercanía con la capital del país.	Al ser la cabecera cantonal es la sede de importantes eventos nacionales.	Diversidad de atractivos turísticos al contar con sitios naturales y manifestaciones culturales concentradas en una sola parroquia.	Distinción de las Fiestas de San Pedro al recibir el título de Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.	Reconocimiento a nivel nacional e internacional por la producción de rosas.	Estructuración y actualización de Planes de desarrollo estratégico para la parroquia.		
O1			Cambio en la matriz productiva.	3	3	5	5	5	5	5
O2	Apoyo técnico y económico por parte del Gobierno de la Provincia de Pichincha.	5	3	5	5	5	5	5	28	8
O3	Afluencia de turistas nacionales hacia ciertos atractivos turísticos del cantón.	3	5	5	5	5	5	3	28	9
O4	Alianza del GAD de Pedro Moncayo con la radio "Intipacha" de Cayambe.	3	5	3	1	1	3	0	13	12
O5	Mayores oportunidades de créditos a las pequeñas y medianas empresas (PYMES).	1	5	1	1	3	5	1	16	11
O6	Apoyo y asesoría por el Mintur para desarrollar la Feria Mundial de la Rosa.	3	5	3	5	3	5	3	24	10
	TOTAL:		26	22	22	22	28	17	137	
	ORDEN PRECEDENCIA		2	3	4	5	1	6		

Figura 38 Matriz de aprovechabilidad (MA)-Tabacundo

2.3.10. Matriz de estrategias cruzadas

MATRIZ ESTRATEGIAS CRUZADAS				
<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>		FORTALEZAS	DEBILIDADES	
	F1	Ubicación geográfica estratégica al encontrarse en el camino hacia las provincias del norte y su cercanía con la capital del país.	D1	Inestabilidad laboral del encargado del área turística dentro del GAD.
	F2	Al ser la cabecera cantonal es la sede de importantes eventos nacionales.	D2	Insuficiente asignación de recursos económicos y humanos para el desarrollo turístico por parte del GAD.
	F3	Diversidad de atractivos turísticos al contar con sitios naturales y manifestaciones culturales concentradas en una sola parroquia.	D3	Desconocimiento de la población acerca de sus recursos productivos.
	F4	Distinción de las Fiestas de San Pedro al recibir el título de Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.	D4	Carencia de estrategias y proyectos para fomentar un turismo sostenible.
	F5	Reconocimiento a nivel nacional e internacional por la producción de rosas.	D5	Escasas capacitaciones para fomentar el turismo en la parroquia.
	F6	Estructuración y actualización de Planes de desarrollo estratégico para la parroquia.	D6	Contaminación por parte de las florícolas.
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS (FO) PARA MAXIMIZAR F y O	ESTRATEGIAS (DO) PARA MINIMIZAR D y MAXIMIZAR O	
Cambio en la matriz productiva.	O1	Fortalecimiento de los atractivos turístico a través del rediseño de la pestaña direccionada al turismo en la página oficial del GAD mediante el suministro de información complementaria y mejor distribución de la existente para promocionar a toda la planta turística de la parroquia.	Propuesta de un modelo de registro de ingresos para los turistas cuyo formato contenga preguntas clave para establecer indicadores que posteriormente permitan a las entidades reguladores llevar estadísticas de la potencialidad o deficiencias de la parroquia en el sector turístico.	
Apoyo técnico y económico por parte del Gobierno de la Provincia de Pichincha.	O2			
Afluencia de turistas nacionales hacia ciertos atractivos turísticos del cantón.	O3			
Alianza del GAD de Pedro Moncayo con la radio "Intipacha" de Cayambe.	O4			

Continúa 

Mayores oportunidades de créditos a las pequeñas y medianas empresas (PYMES).	O5		
Apoyo y asesoría por el Mintur para desarrollar la Feria Mundial de la Rosa.	O5		
AMENAZAS		ESTRATEGIAS (FA) PARA MAXIMIZAR F y MINIMIZAR A	ESTRATEGIAS (DA) PARA MINIMIZAR D y A
Recesión y desaceleración de las principales economías a nivel mundial.	A1	<p>Crear un centro de información turística con el fin de Ampliar las expectativas del visitante, en cuyo espacio se proporcione información completa para que todos los atractivos y prestadores de servicios tengan la misma posibilidad de ser concurridos.</p>	<p>Realizar alianzas estratégicas con instituciones educativas de tercer y cuarto nivel para que se dicten talleres de emprendimiento turístico que con el fin de fortalecer su conocimiento o fomentar la creación de nuevos negocios en el sector turístico.</p>
Afectación en las exportaciones por el fortalecimiento del dólar.	A2		
Cambio de políticas económicas tras las elecciones de Febrero 2017.	A3		
Contratación de la mayor parte de la PEA por parte de las florícolas.	A4		
Competencia directa con el cantón Cayambe.	A5		
Descuido de los atractivos del cantón y parroquia por parte del Mintur.	A6		

Figura 39 Matriz de estrategias cruzadas - Tabacundo

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Estudio de la Población

3.1.1. Datos generales

Al referirse a datos generales se establecen parámetros como género, edad y procedencia del encuestado, mismos que fueron necesarios antes de iniciar la encuesta ya que como requisito se estableció que sean hombres o mujeres mayores de 18 años parte de la PEA y que habiten en Tabacundo.

Tabla 17

Género- Pobladores de Tabacundo

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	39	45,3
Femenino	47	54,7
Total	86	100,0

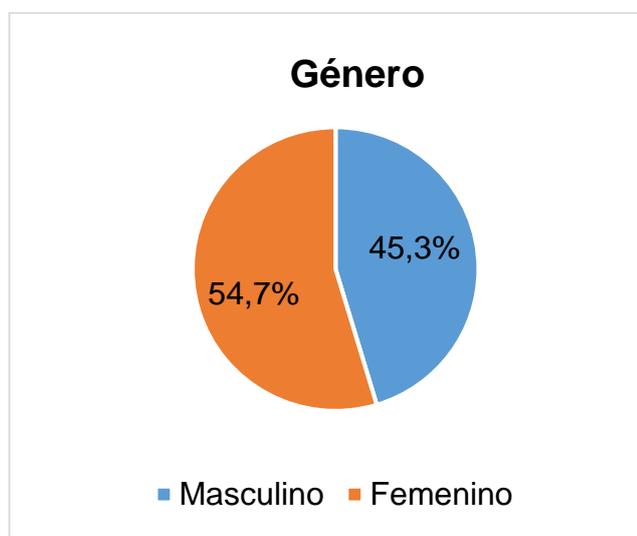


Figura 40 Género- Pobladores de Tabacundo

En la gráfica se observa que el 54,7% de pobladores encuestados son de género femenino, puede ser a razón de que en el país la mayoría de la población son mujeres y de éstas la mayor parte son de la región Sierra, en cambio el género masculino representa el 45,3%, cabe recalcar que la diferencia es sólo de 9,4%, porcentaje razonable tomando en cuenta que se está trabajando con la PEA, es decir casi el mismo número de hombres como de mujeres dinamizan la economía de Tabacundo.

Tabla 18

Edad-Pobladores de Tabacundo

Rango de edades	Frecuencia	Porcentaje
18-26	26	30,2
27-35	29	33,7
36-44	20	23,3
45-53	6	7,0
54 en adelante	5	5,8
Total	86	100,0

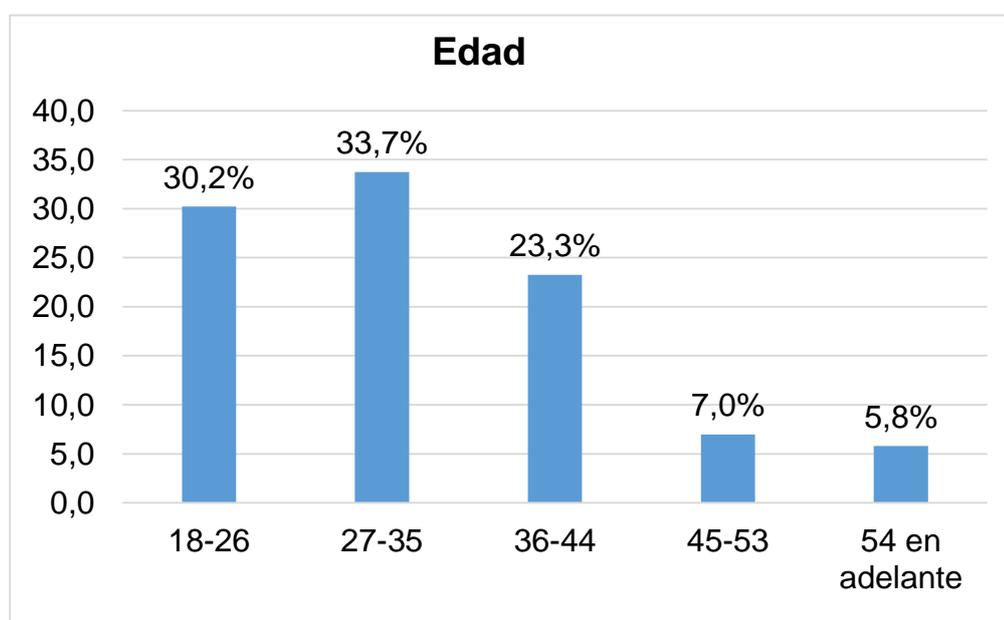


Figura 41 Edad- Pobladores de Tabacundo

La gráfica establece que el 30,2% de los pobladores tienen entre 18 y 26 años, seguidos por el 33,7% que están entre 27 y 35 años y en menor porcentaje con 23,3% se encuentran las personas entre 36 y 44 años, estos valores son los más representativos, mismos que concuerdan con la distribución por edades de Pedro Moncayo proporcionada por el INEC, donde se muestra que la mayor parte de personas del cantón se encuentran en este rango de edad; existe un 7% con edades de 45 a 53 años y un 5,8% de 54 años en adelante, estos valores reflejan que en Tabacundo hay menos personas que trabajan pasados los 45 años y que la edad óptima de la PEA en el sector es de 27 a 35 años.

3.1.2. Análisis económico

3.1.2.1. Niveles de ingresos de la parroquia

El análisis de los ingresos de la parroquia se efectuará con las preguntas establecidas a los pobladores donde se determina el ingreso mensual que tiene cada familia, la actividad económica a la que se dedican y la forma de pago más frecuente, este último parámetro es necesario para desarrollar estrategias que promuevan la dinamización económica.

Tabla 19

Ingreso mensual por familia- Pobladores de Tabacundo

Valor	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 366 USD	36	41,9
366 y 600 USD	46	53,5
601 y 1000 USD	4	4,7
Total	86	100,0

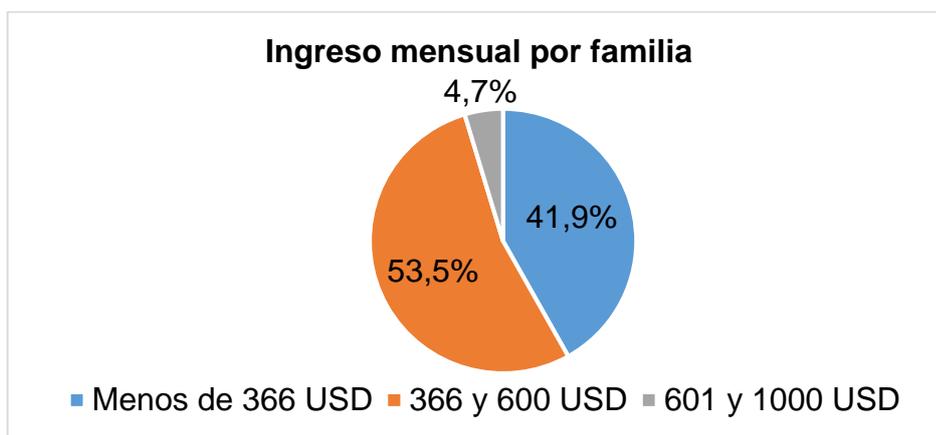


Figura 42 Ingreso mensual por familia- Pobladores de Tabacundo

Para este análisis hay que tomar en cuenta que para el año del presente estudio el sueldo básico unificado es de USD 366, en consecuencia los rangos de respuesta se establecen alrededor de este valor, también cabe recalcar que cada familia en Tabacundo según la presente encuesta tiene de uno a tres miembros en promedio, entonces los resultados arrojan que el 41,9% de las familias tienen como ingreso menos de USD 366, lo cual es un porcentaje crítico ya que significa que casi la mitad de las familias viven con menos del sueldo básico, en este punto tiene mucho que ver el nivel de instrucción y las fuentes de trabajo que se encuentran disponibles en la parroquia.

El valor más representativo es de 53,5% que corresponde a un rango entre USD 366 y UDS 600, quiere decir que viven con un sueldo básico o un poco más, desde este punto de vista tiene mucho que ver la ocupación que tengan, ya que dependiendo del empleo percibirán su sueldo o salario, y en su mayoría no tienen profesiones u ocupaciones que sean muy bien remuneradas, por tanto es muy probable que las personas que se ubican en este porcentaje no logren acumular riqueza. Un 4,7% indica que su familia se mantiene con más de USD 601, es decir únicamente este porcentaje tiene acceso una calidad de vida media tomando en cuenta el número de miembros mencionados por cada familia, así por ejemplo si una familia de tres integrantes se ubica en este rango tendrá como ingreso por persona un

aproximado máximo de USD 333 que sigue siendo menos del sueldo básico unificado.

Tabla 20

Formas de pago- Pobladores de Tabacundo

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	78	90,7
Tarjeta de crédito	3	3,5
Tarjeta de débito	5	5,8
Total	86	100,0

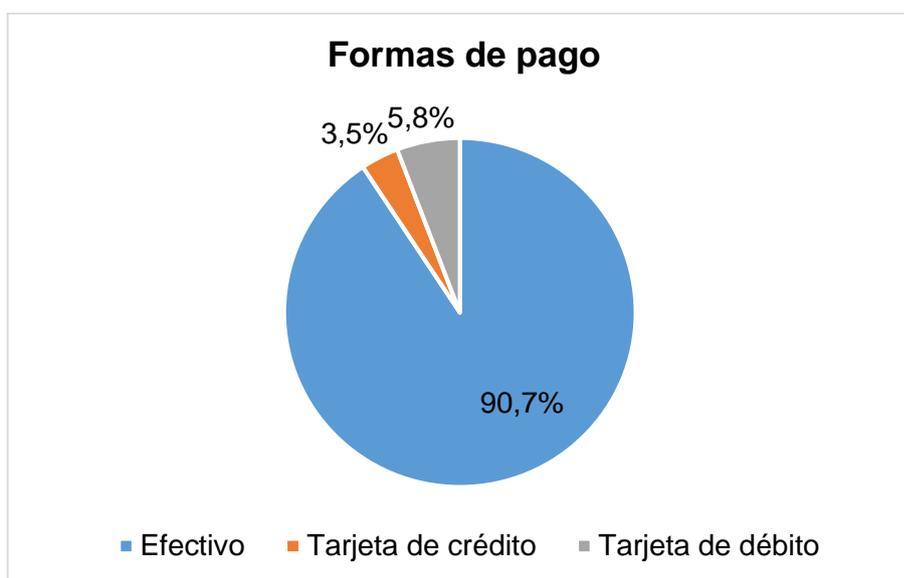


Figura 43 Formas de pago- Pobladores de Tabacundo

De acuerdo con el gráfico la el 90,7% de pobladores tienen como forma de pago el efectivo, porcentaje que es deducible tras mostrarse que el nivel de ingresos en la parroquia es bajo, por tanto también disminuye el poder adquisitivo y con ello el status socioeconómico dando como resultado que únicamente manejen el efectivo y que apenas un 3,5% y un 5,8% emplee las tarjetas de crédito y de débito respectivamente para sus pagos.

3.1.2.2. Actividades económicas

Tabla 21

Ocupación – Pobladores de Tabacundo

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Empleada doméstica	6	7,0
Negocio propio	17	19,8
Comerciante	11	12,8
Agricultor	9	10,5
Diseñador Gráfico	1	1,2
Floricultor	12	14,0
Chofer	7	8,1
Docente	9	10,5
Empleado público	7	8,1
Varios	7	8,1
Total	86	100,0

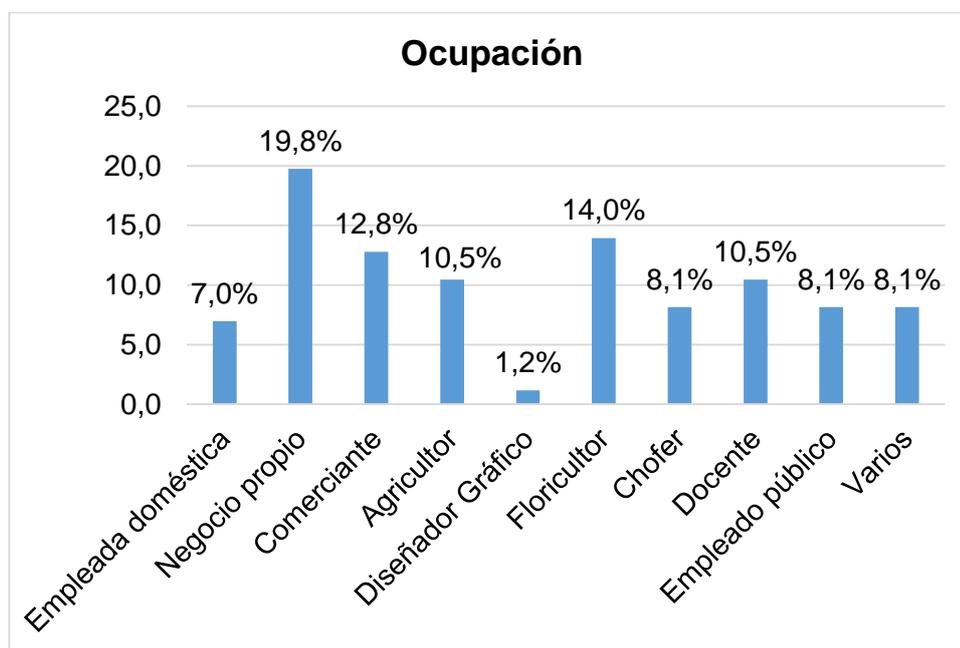


Figura 44 Ocupación – Pobladores de Tabacundo

Gracias a la encuesta se estableció que en la parroquia existe una cantidad considerable de ocupaciones y escasas profesiones, a razón de esto se clasificaron las que mayor representación tenían, mismas que están en el gráfico y a la diferencia se las ubico dentro de varios como por ejemplo:

electricistas, plomeros, albañiles, sastres, estilistas, cocineros, meseros o afines, todas estas suman un 8,1%, al igual que el porcentaje de choferes y docentes; sin embargo, no significa que estos últimos trabajen únicamente dentro de Tabacundo ya que los choferes por ejemplo a diario se movilizan hacia otras parroquias en sus camionetas, buses o taxis, y los docentes acuden a laborar en las instituciones educativas de las parroquias vecinas.

Se ha tomado en cuenta dentro del gráfico a la única persona que era diseñador gráfico, ya que no podía estar dentro de ocupaciones varios dado que ahí se ubicó únicamente a ocupaciones y esta es una profesión, desde esta perspectiva se deduce que únicamente los docentes y el diseñador gráfico son quienes tienen empleos donde prevalece más el intelecto sobre la mano de obra y por tanto son mejor remunerados, se podría tomar en cuenta para esta conclusión también a los empleados públicos quienes representan un 8,1% sin embargo, son un caso excepcional ya que sean cargos administrativos u operativos los que desempeñen son bien gratificados.

Al ser Tabacundo parroquia urbana de un cantón agrícola y florícola estas ocupaciones también tienen reconocimiento dentro de los encuestados con un 10,5% y 14% respectivamente, en este sector intervienen las personas que comercializan estos productos con un 12,8%. Las empleadas domésticas se representan con un 7%, aunque trabajan incluso en cantones aledaños como en Cayambe, en este grupo el total son mujeres; y para finalizar el mayor porcentaje representa a las personas con negocio propio con un 19,8%, en estas están incluidos quienes son pequeños prestadores de servicios turísticos con establecimientos como restaurantes, hoteles y hosterías, pero dado el análisis de ingresos que se efectuó es deducible que a pesar de tener esta característica no generan ingresos suficientes o buenas fuentes de empleo.

3.1.2.3. El turismo como fuente de empleo

En Ecuador el turismo es uno de los sectores que más generan empleo; sin embargo esta es una afirmación a nivel nacional que por tanto deja de lado el estudio en parroquias pequeñas como el caso de Tabacundo, además como ya se determinó dentro de las ocupaciones son pocos quienes se dedican exclusivamente al turismo, en consecuencia se tomaron en cuenta parámetros que permitan saber si los pobladores estarían dispuestos a incursionar en el campo turístico y que tipo de turismo estarían dispuestos a practicar para fomentarlo a nivel local.

Tabla 22

Beneficio del turismo- Pobladores de Tabacundo

Forma de beneficio	Frecuencia	Porcentaje
Directa	4	4,7
Indirecta	13	15,1
No se beneficio	69	80,2
Total	86	100,0

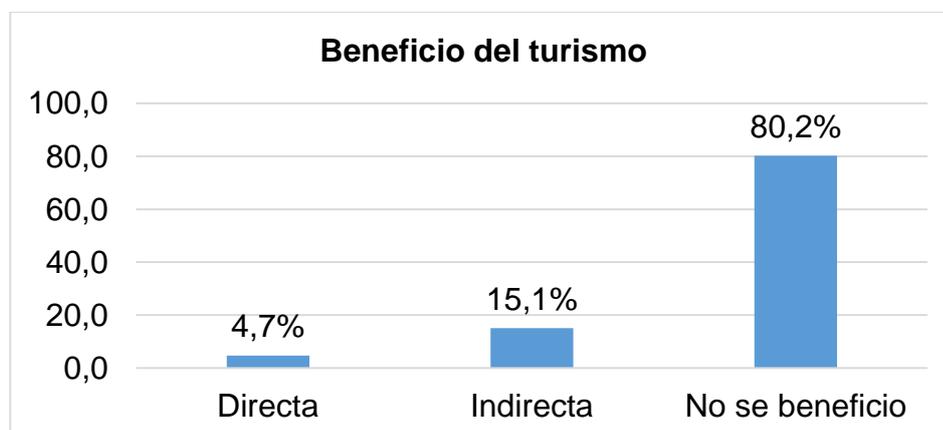


Figura 45 Beneficio del turismo- Pobladores de Tabacundo

Esta pregunta se formuló con el propósito de analizar en qué medida ha influenciado el turismo en las familias de Tabacundo, como respuesta se obtuvieron resultados negativos ya que la mayoría, es decir un 80,2% indican que no han recibido beneficio alguno por parte de este sector. El 15,1 % estableció que se ha beneficiado de forma indirecta, lo que quiere decir que

algún miembro de su familia ha obtenido ganancias gracias a este sector ya sea como comerciante o prestador de servicios durante la temporada de fiestas o para promocionar los atractivos naturales; y tan solo el 4,7% indica haber recibido beneficios directos del sector, lo cual implica que el encuestado alguna vez fue el directo implicado en alguna actividad turística.

Tabla 23

Predisposición para invertir en turismo- Pobladores de Tabacundo

Predisposición	Frecuencia	Porcentaje
Alta	15	17,4
Media	62	72,1
Baja	9	10,5
Total	86	100,0

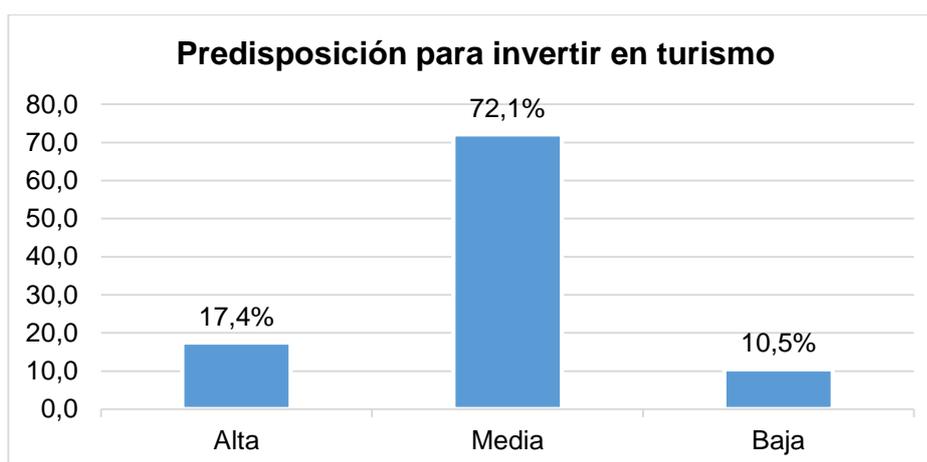


Figura 46 Predisposición para invertir en turismo- Pobladores de Tabacundo

Los pobladores indican que tienen un interés medio en invertir en turismo, lo cual es entendible tras analizar que a pesar de ser un centro de fiestas culturales no han recibido mayor beneficio por parte del turismo, además en el momento de aplicar la encuesta se citaban razones como: su escasa solvencia económica que no se presta para invertir en un negocio distinto a su ocupación o familia, el desconocimiento de los beneficios que puede generar invertir en turismo y el poco apoyo que tienen por parte de entidades públicas o el GAD cuando quieren emprender cualquier negocio. El 17,4%

indica que tienen una alta predisposición para invertir en este sector, lo cual implica que únicamente este porcentaje de pobladores reconoce al turismo como una fuente de ingreso y podría fomentar el aprovechamiento de los recursos de la parroquia. Y para finalizar es positivo que solo un 10,5% se niegue o tenga una baja predisposición para colaborar en el sector.

Tabla 24

Importancia del turismo- Pobladores de Tabacundo

Grado de importancia	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	39	45,3
Importante	47	54,7
Total	86	100,0

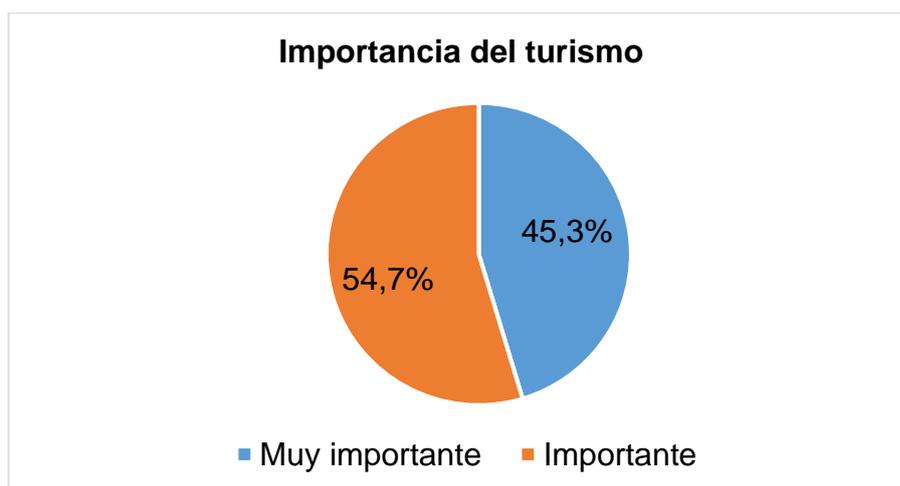


Figura 47 Importancia del turismo- Pobladores de Tabacundo

A pesar de los resultados obtenidos en los análisis anteriores donde se concluye que los pobladores no tienen beneficio del turismo y por ello también disminuye su interés en invertir dentro de este sector, en la pregunta: ¿considera importante el turismo para la parroquia? los encuestados reconocen al turismo como trascendente dentro de Tabacundo, puesto que todos lo califican como importante con 54,7% y muy importante con el 45,3% a pesar de que también tenían las opciones poco importante y sin importancia. A partir de estos resultados se deriva que la perspectiva de los pobladores

esta errada gracias a la escasa evolución que tiene el sector y en consecuencia su poca influencia en su desarrollo económico.

Tabla 25

Turismo preferido- Pobladores de Tabacundo

Tipo de turismo	Frecuencia	Porcentaje
Ecoturismo	25	29,1
Turismo cultural	13	15,1
Agroturismo	40	46,5
Otro	8	9,3
Total	86	100,0

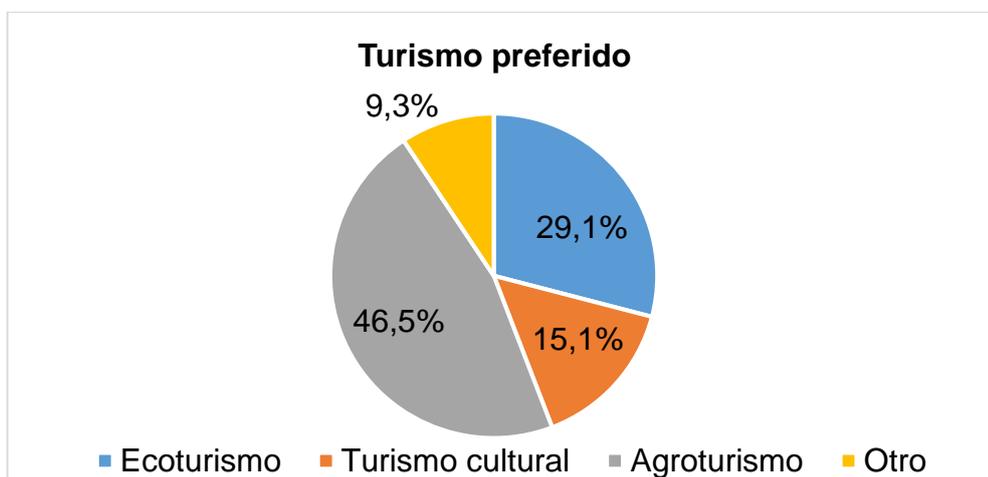


Figura 48 Turismo preferido- Pobladores de Tabacundo

Con el fin de definir los intereses de los pobladores para promocionar el turismo local se formuló una interrogante cuya respuesta permite discernir qué tipo de turismo sería el más acogido por ellos, como era de esperarse el 46,5% eligió el agroturismo a razón de que la población esta inmiscuida en actividades agrícolas y florícolas, a pesar de este dato las visitas de campo y las entrevistas dirigidas a prestadores de servicios y el GAD Municipal arrojan hace aproximadamente un par de años existían escasos lugares donde se practicaba este tipo de turismo pero que en la actualidad ya no se prestan esos servicios dado que no representan un ingreso económico significativo comparado con las actividades principales a las que se dedican dichos

establecimientos. El ecoturismo es elegido por el 29,1% de encuestados, lo cual sigue siendo un valor considerable, y por lo que se deduce que los pobladores se ven interesados por el turismo natural, entre las críticas que se percibieron en este punto esta que no se ha visto una evolución tras tantas fiestas culturales que tienen y que por el contrario el GAD deja de lado los atractivos naturales, está también puede ser la razón de que solo el 15,1% sugiera que prefieren el turismo cultural. El 9,3% indica el porcentaje de pobladores que preferirían incursionar en otro tipo de turismo como el de aventura, gastronómico y el comunitario.

3.1.3. Análisis social

3.1.3.1. Nivel de educación

Tabla 26

Nivel de instrucción- Pobladores de Tabacundo

Grado de escolaridad	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	31	36,0
Secundaria	28	32,6
Tercer Nivel	25	29,1
Cuarto Nivel	1	1,2
Ninguno	1	1,2
Total	86	100,0

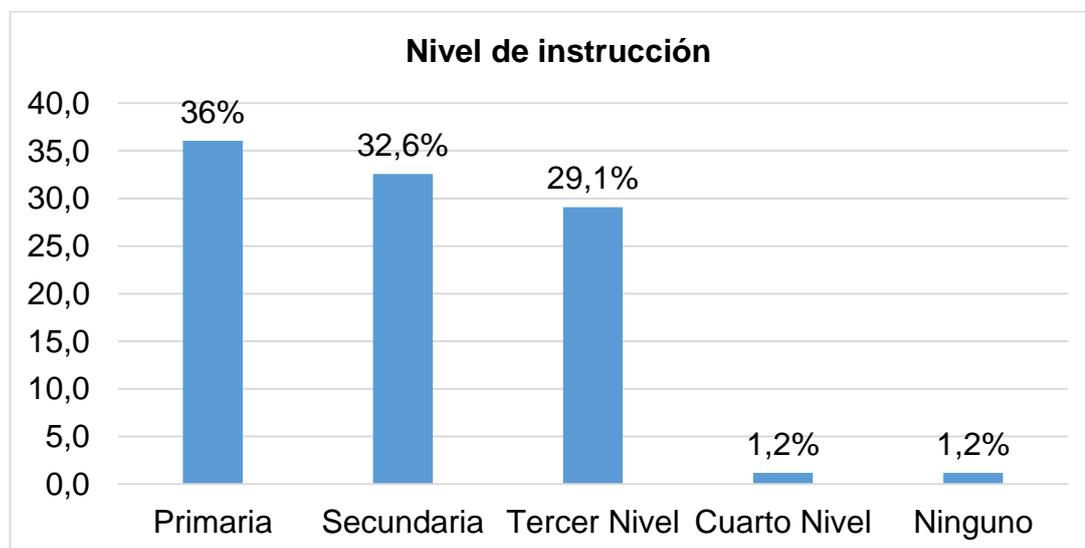


Figura 49 Nivel de instrucción- Pobladores de Tabacundo

Dentro de este ámbito lamentablemente los resultados son negativos ya que a pesar de que a nivel nacional se han disminuido los índices de analfabetismo, todavía en cantones cuya población se dedica más a las actividades agrícolas y ganaderas es notable el bajo índice de formación académica, muestra de ello es Tabacundo, aunque es una parroquia urbana sus habitantes quienes trabajan en las tierras de los alrededores según las encuestas tienen en su mayoría únicamente cursado la primaria con un 36%, seguidos por un 32,6% de quienes han terminado la secundaria, ambos porcentajes representan cerca del 70%, es decir de cada 100 personas 70 apenas tienen título de bachiller; como ya se trató en análisis anteriores este indicador también influye en el nivel de ingresos que perciben, puesto que con este nivel académico el encuestado no puede aspirar a un cargo donde prevalezca el intelecto antes que la mano de obra y en consecuencia no será bien remunerado, esto tiene relación con el 29,1% que representa a los que tienen un título de tercer nivel, ya sea en institutos o universidades; sin embargo, al parecer no todos ejercen su profesión o al menos no dentro de la parroquia porque si se recuerda tan solo el 4,7% tiene un sueldo equivalente a este grado académico.

El cuarto nivel de instrucción está representado apenas por el 1,2% de la población, en este punto cabe mencionar que tampoco existen fuentes de empleo dentro de la parroquia donde las personas que ocupan este porcentaje puedan ejercer, por tanto la Tabacundo no se ve beneficiado de ellos. Para finalizar es rescatable que únicamente el 1,2% de pobladores sean analfabetos, esto puede deberse a que se está estudiando a la única parroquia urbana del cantón y en consecuencia hay más establecimientos educativos de primaria y secundaria a disposición de los pobladores.

3.1.3.2. Acceso a la salud

Tabla 27

Acceso a dispensario médico- Pobladores de Tabacundo

Dispensario médico cercano	Frecuencia	Porcentaje
Si	67	77,9
No	19	22,1
Total	86	100,0

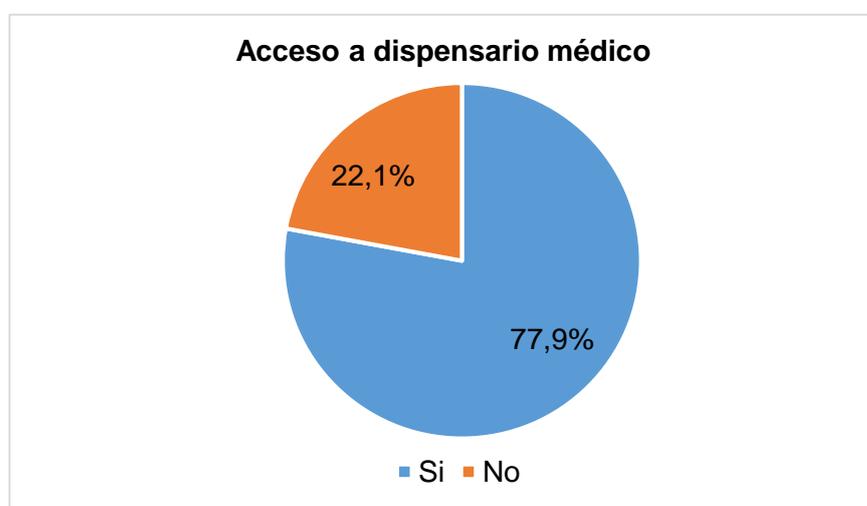


Figura 50 Acceso a dispensario médico- Pobladores de Tabacundo

El gráfico muestra que el 77,9% de los pobladores tiene acceso a un dispensario médico, lo cual es preocupante dado que este servicio es primordial en la evaluación de su calidad de vida, esto influye inclusive en el análisis de la planta turística, ya que para ofertar un buen servicio es necesario que el turista tenga facilidades para encontrar un dispensario; sin embargo, se denota que esta es un punto desfavorable inclusive para los tabacundeños puesto que un 22,1% no tienen acceso a este servicio, también hay que tomar en cuenta que Tabacundo posee 20 barrios por lo que debería haber una distribución equitativa de las entidades que presten estos servicios,

pero por lo observado en las visitas de campo se concentran más hacia el centro de la parroquia.

Tabla 28

Tipo de dispensario médico- Pobladores de Tabacundo

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Privado	5	7,5
Público	62	92,5
Total	67	100,0

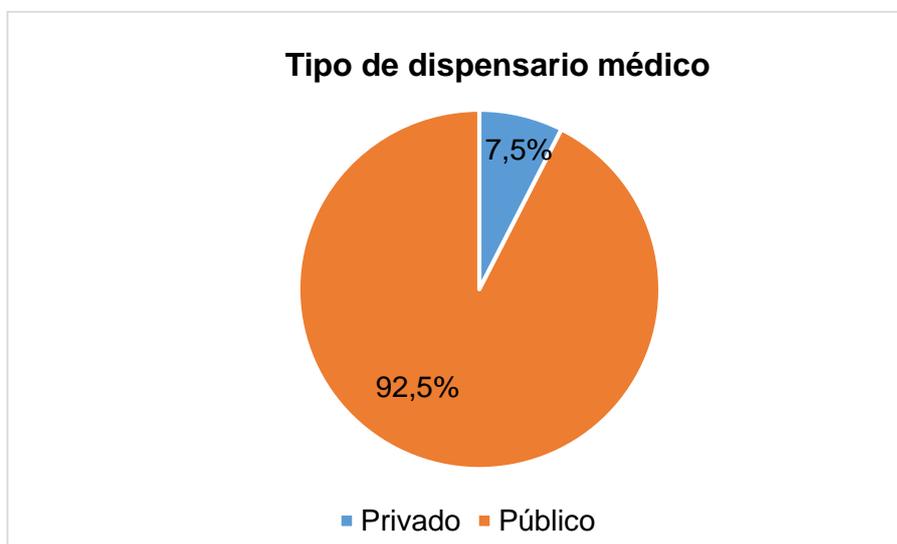


Figura 51 Tipo de dispensario médico- Pobladores de Tabacundo

Para un completo análisis del acceso a la salud que tienen los pobladores es necesario determinar si este es gratuito o pagado, por tanto se estableció una interrogante que permita saber si la entidad es pública o privada para las personas que respondieron que sí disponían de acceso a un dispensario médico cercano, mismas que suman un total de 67, en consecuencia de ellas un 92,5% dijeron que tenían acceso a un centro de salud público, mismo que es de tipo C y que fue inaugurado en el 2014, convirtiéndose así en el principal dispensario médico de la parroquia, además se debe señalar que el hospital público de especialidades más cercano para los pobladores se encuentra en Cayambe. El 7,5% de las personas con acceso cercano a un dispensario

señalaron que es privado, por consiguiente no hay suficiente inversión en salud por el sector privado dentro de la parroquia.

3.1.3.3. Acceso a servicios básicos

Tabla 29

Acceso a servicios básicos- Pobladores de Tabacundo

Servicio	Frecuencia	Porcentaje
Agua	83	96,5
Luz	85	98,8
Teléfono	78	90,7
Internet	63	73,3

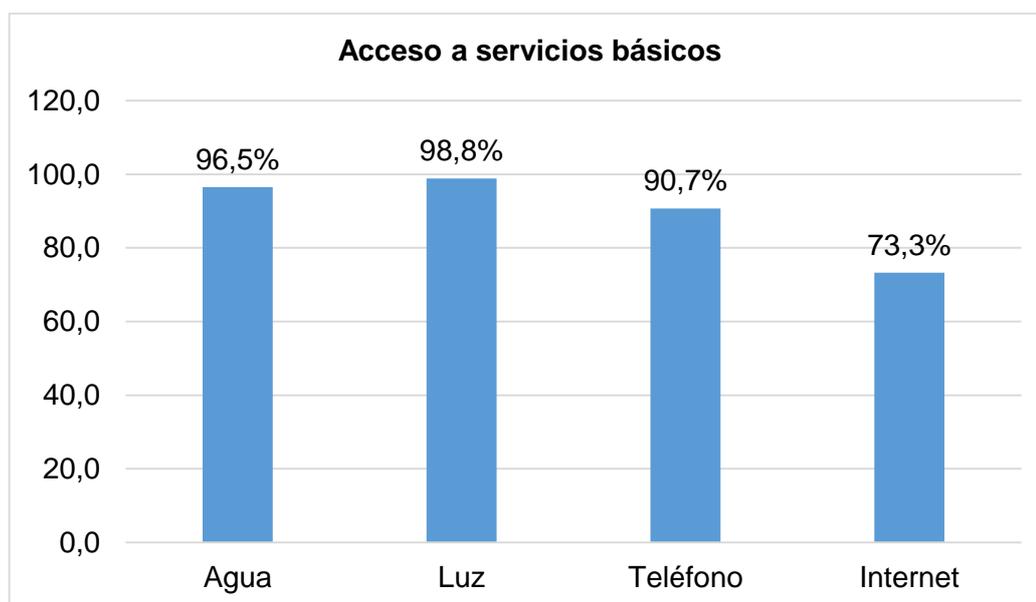


Figura 52 Acceso a servicios básicos- Pobladores de Tabacundo

Para analizar el acceso a los servicios básicos que tienen los pobladores, primero es indispensable aclarar que al referirse a agua se toma también en cuenta el alcantarillado y que el internet actualmente no es un servicio básico pero si influye en el acceso a información y facilidades de educación de un individuo, y es uno de los principales componentes para el uso de las TIC que cada año se siguen perfeccionando, razones por las que le tomó en cuenta en la interrogante.

Existen altos porcentajes para todos los ítems analizados lo cual es un buen indicador, porque quiere decir que más del 90% de la población tiene acceso a los tres servicios básicos: al agua accede un 96,5%, a la luz un 98,8% y con un menor porcentaje pero justificable al teléfono un 90,7%, estos resultados pueden ser efecto de que los pobladores son habitantes de una parroquia urbana, entendiéndose como un espacio de territorio con buen desarrollo de infraestructura, entonces es consecuente que la mayoría acceda a los servicios básicos; este también es un indicador de disminución de pobreza, por tanto se puede afirmar que los pobladores a pesar de no tener una excelente calidad de vida tampoco se encuentran en insolvencia. Es relevante mencionar también, que en el reciente mes de agosto se inauguró un canal de riego desde Cayambe hasta sectores aledaños a Tabacundo por lo que en un futuro el porcentaje de acceso al agua debería mejorar.

En cuanto al acceso a internet el 73,3% indica que tiene este servicio en su domicilio, este también es un buen indicador puesto que las estadísticas nacionales según el INEC muestran que en el año 2010 tres de cada diez personas tenían acceso a internet en áreas rurales, en el caso de la parroquia la encuesta afirma que 7 de cada diez personas tienen internet.

3.1.3.4. Acceso a vivienda

Tabla 30

Acceso a vivienda propia- Pobladores de Tabacundo

Vivienda propia	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	50,0
No	43	50,0
Total	86	100,0



Figura 53 Acceso a vivienda propia- Pobladores de Tabacundo

Dentro del desarrollo social se tiene en cuenta el acceso a la vivienda y el nivel de hacinamiento, en esta interrogante se obtiene que la mitad de los pobladores poseen vivienda propia y la otra mitad viven en arrendamiento, estos resultados son similares a los establecidos por el GAD municipal en sus plan territorial al 2020, como consecuencia son propensos puesto que en dicho documento son tomados como alarmantes, la razón es porque uno de los alcances que se pretenden en el Plan Nacional del Buen Vivir y como ley en la constitución está la el derecho a la vivienda y la financiación de ella por parte del estado; sin embargo en la parroquia no se han visto cambios significativos por lo que se establecen como prioridad actualmente.

3.1.3.5. Calidad de los medios de transporte

Se pidió a los pobladores que evalúen los medios de transporte porque son parte de los servicios públicos que satisfacen sus necesidades y un factor influyente en su calidad de vida, dado que un buen sistema de transporte público es el reflejo de inversiones por parte de las entidades reguladoras y de una sociedad organizada, que optimiza tiempo, costos y contaminación.

Tabla 31

Calidad del transporte público- Pobladores de Tabacundo

Calidad	Buses (%)	Camionetas (%)	Taxis (%)
Malo	24,4	3,5	4,7
Regular	37,2	2,3	9,3
Bueno	32,6	50,0	12,8
Muy bueno	5,8	27,9	44,2
Excelente		16,3	29,1

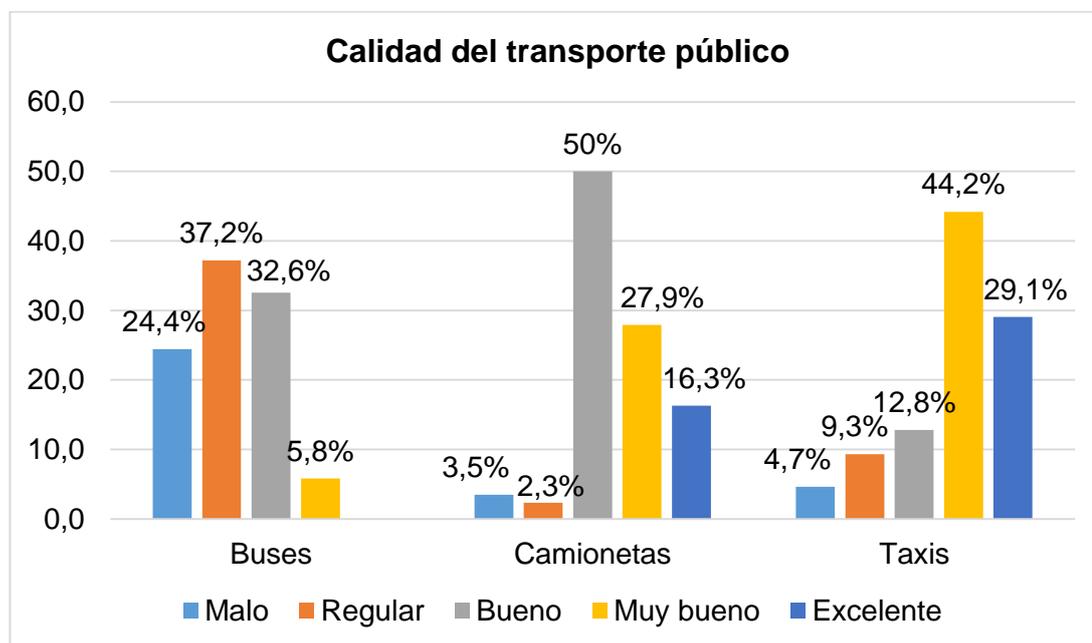


Figura 54 Calidad del transporte público- Pobladores de Tabacundo

En el presente gráfico se aprecia la evaluación que hicieron los pobladores a los tres servicios de transporte público con los que cuentan, es decir buses, camionetas y taxis, para cada tipo se estableció la escala que va desde excelente hasta mala calidad; con respecto a los buses se puede afirmar que los pobladores están insatisfechos con su servicio ya que la mayoría los califica como buenos, regulares y malos con 32,6%; 37,2% y 24,4% respectivamente y el mejor puntaje que se le da es muy bueno con un 5,8% de los encuestados, estos resultados no influyen directamente con el turismo, puesto que la mayoría de turistas se movilizan en transporte propio, en consecuencia los buses son tomados por las personas que viven en las

parroquias aledañas y que se movilizan hacia sus empleos; sin embargo su servicio no es tan bueno comparado con el de camionetas y taxis.

Las camionetas como servicio de transporte en cambio llegan a una mejor calificación, ya que el 50% de pobladores las determinan como buenas, el 27,9% como muy buenas y el 16,3% dicen que son excelentes, y solo aproximadamente el 6% indican que son regulares y malas. Este medio, aparte de tener influencia en la calidad de vida de los pobladores puesto que les permite movilizarse hasta sus viviendas en los sitios a donde no llegan las líneas de buses, también influye en el sector turístico ya que para ingresar hasta ciertos atractivos lejos de la parte urbana donde las vías son de segundo o tercer orden es indispensable tomar una camioneta, y es un buen indicador que los pobladores piensen que es el transporte con mejor calidad.

Los taxis son un medio de transporte que indican el nivel económico y social de los pobladores dado que no todos se movilizan a través de este medio ya sea por su costo o se movilizan solo dentro del área urbana, además son frecuentemente solicitados por los turistas que únicamente visitan esta zona, de esta manera se percibe que los taxis prestan un servicio en su mayoría muy bueno con el 44,2% de los encuestados y excelente con el 29,1% y solo el 25% aproximadamente lo establecen como un medio de transporte bueno regular o malo.

3.2. Estudio de la demanda

3.2.1. Definición del perfil del cliente

Para definir el perfil de los turistas se efectuaron encuestas, con preguntas acerca de datos generales, estatus económico, motivos de visita y gustos y preferencias, encaminadas a aportar información verídica y confiable de las personas que visitan Tabacundo.

Tabla 32

Género-Turistas de Tabacundo

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	35	51,5
Masculino	33	48,5
Total	68	100

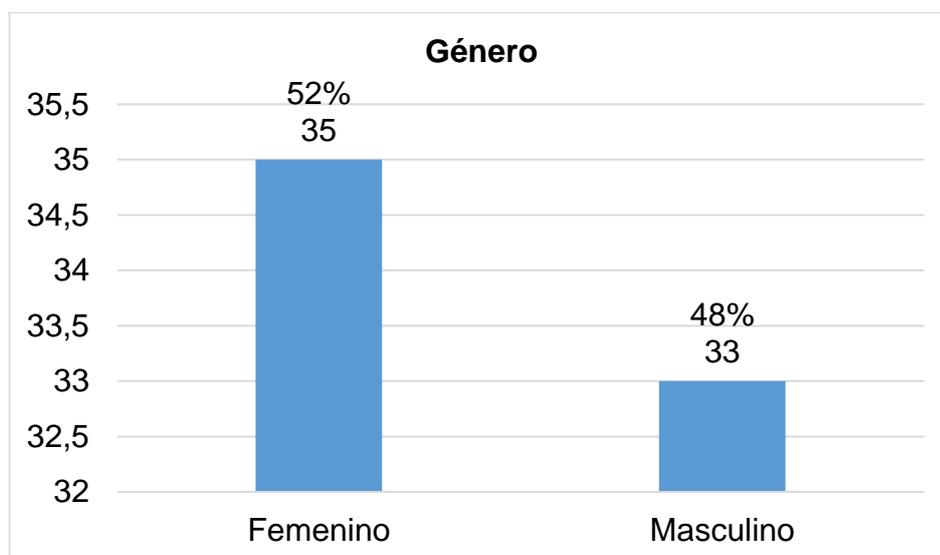


Figura 55 Género-Turistas de Tabacundo

Los turistas que visitan Tabacundo en su mayoría son de género femenino con un 52% y el género masculino con un porcentaje menor de 48%, esto se debe a que la mayoría de turistas que visitan esta parroquia son de nacionalidad ecuatoriana como se menciona más adelante, ya que en el país las mujeres superan con un 3% a los hombres, además la mayoría de este porcentaje está concentrado en la Sierra ecuatoriana de donde provienen los turistas que visitan esta localidad.

Tabla 33

Edad-Turistas de Tabacundo

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-26	19	27,9
27-35	21	30,9
36-44	9	13,2
45-53	10	14,7
54 en adelante	9	13,2
Total	68	100

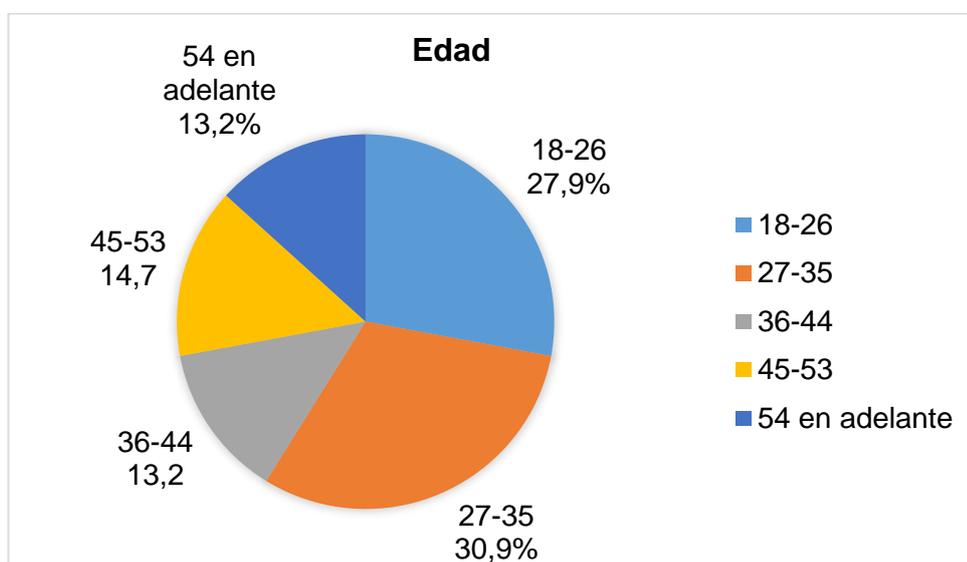


Figura 56 Edad-Turistas de Tabacundo

En su mayoría la edad del turista que visita Tabacundo oscila entre 27 y 35 años de edad con un 30,9%, consideradas como personas adultas que gustan de visitar lugares que ofrezcan recreación. Posteriormente el 27,9% de encuestados, poseen entre 18 y 26 años, quienes buscan actividades con mayor adrenalina. Seguido con el 13,2% para personas entre 36 y 44 años, continuando con encuestados que tienen entre 45 y 53 años de edad con un 14,7% y por último con un 13,2% que tienen más de 54 años en adelante. Debido a que la oferta turística de esta parroquia está conformada por atractivos culturales como fiestas y desfiles, el turismo en esta localidad está direccionado para personas adultas y jóvenes que optan por lugares más

transitados y cercanos, complementándose con atractivos naturales que ofrecen aventura, descanso y diversión.

Tabla 34

Procedencia-Turistas de Tabacundo

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	66	97,06
Extranjero	2	2,94
Total	68	100



Figura 57 Procedencia-Turistas de Tabacundo

Del total de encuestados, la mayoría son de origen nacional, con un 97,06%, en gran parte provienen de Quito por la cercanía, seguidos de turistas procedentes de Ibarra, Cayambe, Otavalo y Tulcán, quienes visitan esta parroquia por fiestas que representan creencias similares y con las mismas que se identifican culturalmente como la Fiesta de la Cosecha, por tal razón a nivel nacional es conveniente fortalecer la publicidad y promoción turística, por otra parte los turistas extranjeros representan el 2,94% y los mismos provienen de Colombia.

Tabla 35

Ocupación-Turistas de Tabacundo

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Empleado público	10	14,7
Empleado privado	40	58,8
Negocio propio	10	14,7
Jubilado	8	11,8
Total	68	100

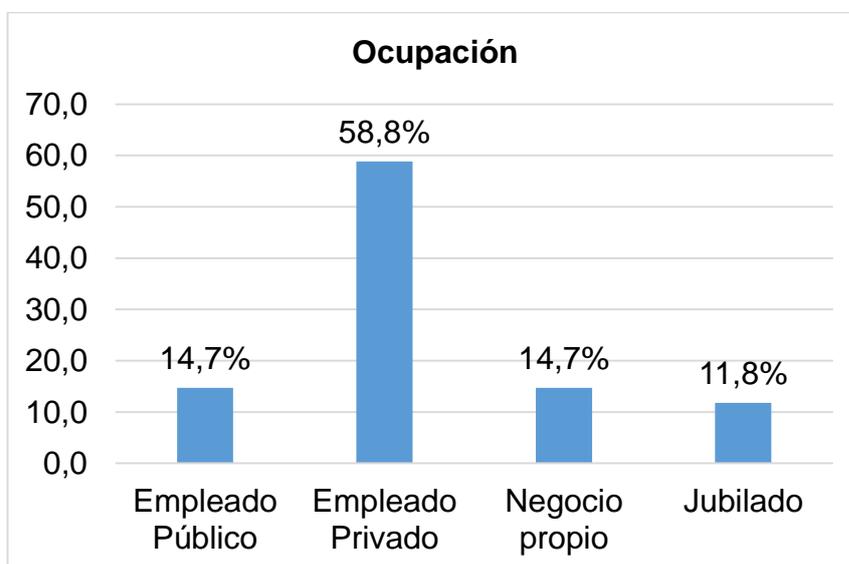


Figura 58 Ocupación-Turistas de Tabacundo

La mayor parte de turistas que visitan Tabacundo pertenecen al sector privado con un 58,8%, desempeñando varias funciones como: enfermeras, diseñadores gráficos, amas de casa, parvularios, maestros constructores, estilistas entre otros. Mientras que un 14,7% trabajan como empleados públicos, ejerciendo diferentes cargos como: docentes, secretarias, asistentes, entrenadores físicos. Adicionalmente un 14,7% son dueños de su propio negocio, como comerciantes y vendedores. Por último el 11,8% representa a turistas jubilados. Al identificar que grupos de individuos concurren a esta parroquia es posible establecer estrategias direccionadas a fortalecer y acrecentar la demanda.

Tabla 36

Nivel de instrucción-Turistas de Tabacundo

Nivel de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	5	7,4
Secundaria	28	50
Pre grado	34	41,2
Post Grado	1	1,5
Total	68	100

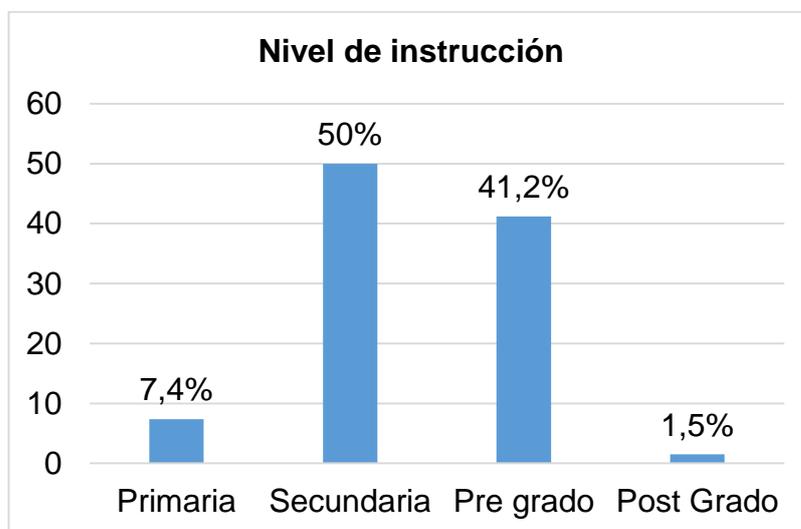


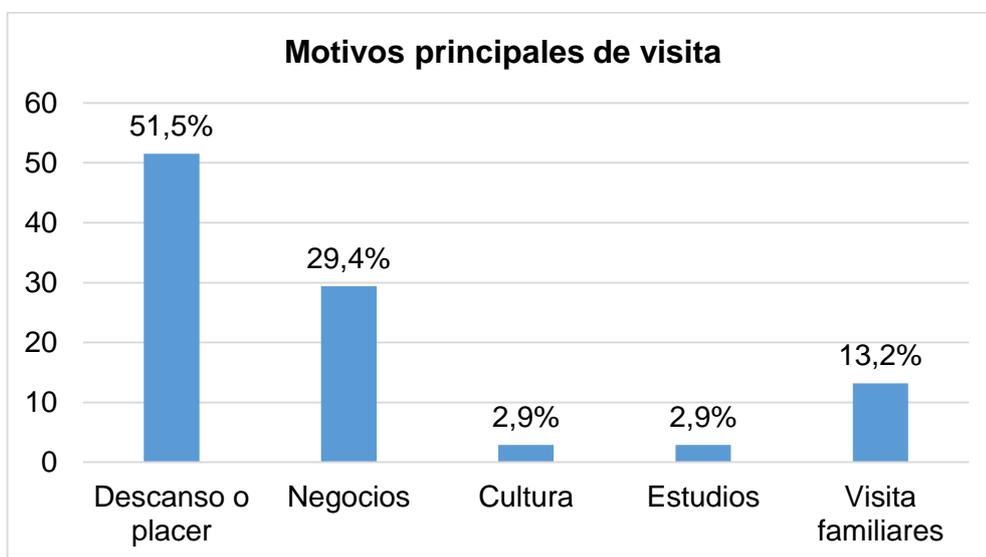
Figura 59 Nivel de instrucción-Turistas de Tabacundo

De los resultados obtenidos se identifica al 50% de visitantes con un nivel de educación de segundo nivel es decir de secundaria, el 41,2% representa a individuos con educación de pregrado, mientras que con nivel de instrucción primaria concurren un 7,4% y el 1,5% tienen formación de post grado, es importante reconocer el nivel de instrucción de las personas que visitan la parroquia para el diseño del direccionamiento turístico que ayude al fortalecimiento y ampliación de la oferta turística.

Tabla 37

Motivos principales de visita-Turistas de Tabacundo

Motivos principales de visita	Frecuencia	Porcentaje
Descanso o placer	35	51,5
Negocios	20	29,4
Cultura	2	2,9
Estudios	2	2,9
Visita familiares	9	13,2
Total	68	100

**Figura 60 Motivos principales de visita-Turistas de Tabacundo**

Entre los motivos principales de visita, el 51,5% representa al descanso o placer, esta motivación se debe a la oferta turística natural y cultural que ofrece la parroquia especialmente en los meses de Junio, Septiembre y Noviembre. Otro motivos de visita es por negocios equivalente al 29,4%, esto se debe a las actividades comerciales que tiene con Cayambe, Otavalo e Ibarra, los mismos que están involucrados en temas agrícolas y florícolas que son la principal fuente de ingresos. El aspecto cultural ocupa el 2,9%, por las fiestas que celebran como Fiestas de San Pedro, de Cantonización y de la Cosecha, complementándose con la Iglesia Matriz y el Museo Mama Nati. Adicionalmente el motivo de estudios tiene el 2,9%, porque ciertas personas realizan investigaciones en lugares aledaños a la parroquia. Por último la visita

a familiares ocupa el 3,2% ya que algunas familias que viven en sectores contiguos aprovechan los días de descanso y feriados para salir de la rutina y visitar nuevos lugares.

Tabla 38

Tipo de turismo que practica-Turistas de Tabacundo

Actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Turismo natural	28	41,2
Turismo cultural	36	52,9
Turismo gastronómico	2	2,9
Tomar fotografías	2	2,9
Total	68	100

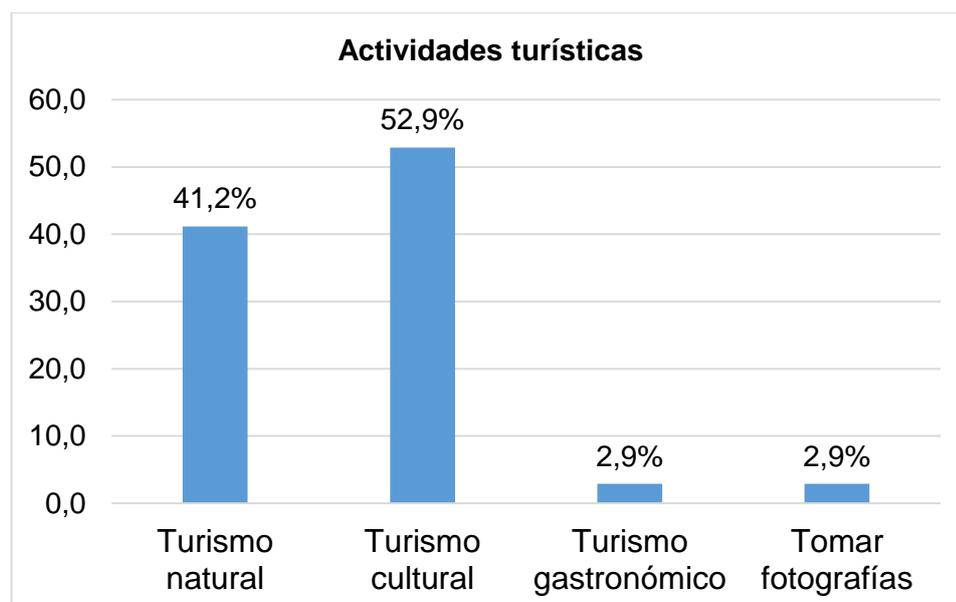


Figura 61 Tipo de turismo que practica -Turistas de Tabacundo

La investigación, requiere conocer las actividades turísticas que realizan los turistas cuando visitan Tabacundo, en este caso el turismo cultural es el preferido con un 52,9%, cierto favoritismo se debe al reconocimiento de diferentes fiestas y ferias las mismas que representan la identidad cultural, como las Fiestas de San Pedro que es la transformación de las Fiestas del Inti Raymi simbolizando un claro ejemplo del sincretismo cultural, adicionalmente se celebra la Fiesta de la cosecha y fue la sede de la Feria Mundial de la

Rosa. El turismo natural representa el 41,2%, dentro de este grupo se puede mencionar al sistema lacustre Mojanda Cajas, alberga cuatro lagunas que son de origen volcánico, llenas de valor ecológico e hidrológico, las mismas juegan un papel importante como captador de agua que es distribuida para consumo humano y riego de Pedro Moncayo y Otavalo, complementándose con el Cerro Yanahurco y la Loma de Cananvalle que es un mirador estratégico para apreciar la vista panorámica de la parroquia. Finalmente el turismo gastronómico y la afinidad por tomar fotografías equivalen al 2,9% respectivamente, debido a que este lugar produce en gran cantidad bizcochos que son comercializados en diferentes establecimientos ubicados a lo largo de la Panamericana Norte en el ingreso a Tabacundo, además en los restaurantes Inti Raymi y Rancho Manabita ofertan una amplia variedad de platos tradicionales y típicos. Adicionalmente los paisajes que brindan las Lagunas de Mojanda son ideales para los visitantes que gustan de la fotografía.

Tabla 39

Días de visita-Turistas de Tabacundo

Días de visita	Frecuencia	Porcentaje
Entre semana	9	13,2
Fin de semana	59	86,8
Total	68	100



Figura 62 Días de visita-Turistas de Tabacundo

Con los datos procesados, se sostiene que la mayoría de turistas visitan Tabacundo el fin de semana con un 86,8%, esto se debe a que la mayoría de fiestas y celebraciones que se dan en la localidad se festejan entre sábado y domingo, mientras que los visitantes que llegan entre semana tienen un porcentaje del 13,2 porque en días laborables efectúan movimientos comerciales.

Tabla 40

Frecuencia de visita-Turistas de Tabacundo

Frecuencia de visita	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	7	10,3
Mensual	39	57,4
Anual	17	25
Otro	5	7,4
Total	68	100

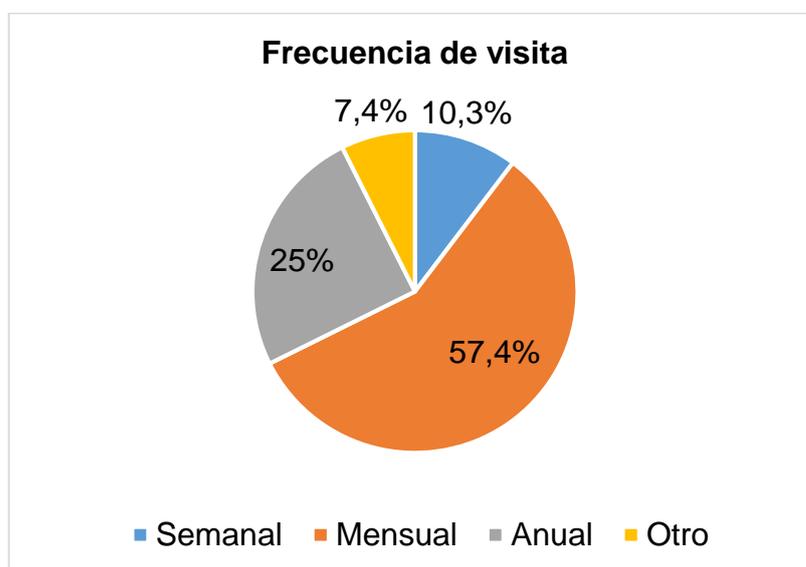


Figura 63 Frecuencia de visita-Turistas de Tabacundo

En su mayoría, con el 57,4% las personas frecuentan Tabacundo mensualmente, mientras que al año concurren un 25%, el 10,3% equivale a visitas semanales y finalmente el 7,4% suelen viajar a esta localidad semestralmente es decir dos veces al año. Determinar la frecuencia de visita, es de vital importancia para estar al tanto del grado de interés por parte de la demanda y con el mismo se puede precisar el promedio de visitas anuales al sector que ayudarán más adelante en el diseño de la propuesta.

Tabla 41

Cómo suele viajar-Turistas de Tabacundo

Cómo suele viajar	Frecuencia	Porcentaje
Solo	1	1,5
En pareja	13	19,1
En grupo	7	10,3
En familia	34	50
Amigos	13	19,1
Total	68	100

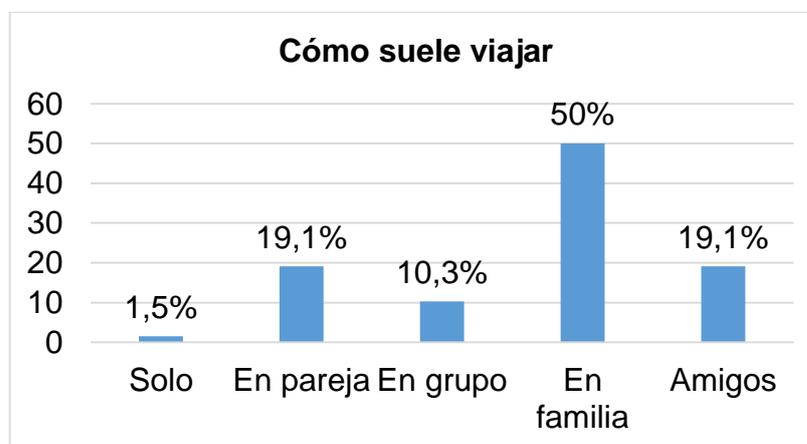


Figura 64 Cómo suele viajar-Turistas de Tabacundo

Es indispensable conocer con quién viaja el turista hasta Tabacundo, de esta manera se evidencia que la mayoría de turistas viajan en familia con un 50%, mientras que con menor porcentaje con pareja y amigos, al identificar los grupos que frecuentan este lugar, se puede plantear estrategias direccionadas a captar la atención y generar mayor interés para conseguir un mayor número de visitas.

Tabla 42

Nivel de ingresos-Turistas de Tabacundo

Nivel de ingresos	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 366 USD	18	26,5
366 y 600 USD	40	58,8
601 y 1000 USD	10	14,7
Total	68	100

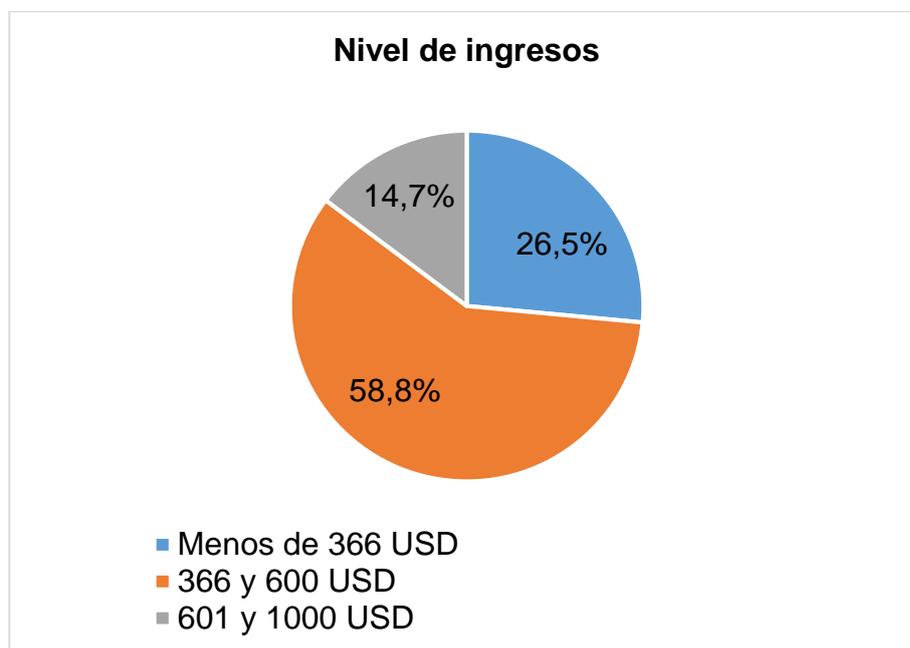


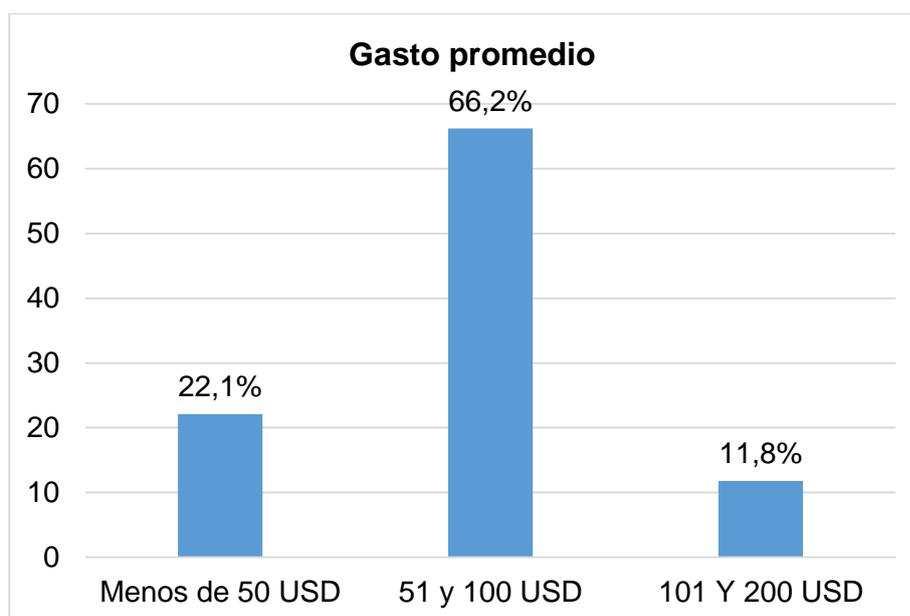
Figura 65 Nivel de ingresos-Turistas de Tabacundo

Continuando el análisis, es relevante identificar el nivel de ingresos de los visitantes, en este caso con una mayoría del 58,8% de encuestados, responden a un nivel de ingresos promedio entre 366 y 600 USD, es decir el poder de adquisición es medio, esto influye para que los turistas visiten localidades cercanas a su lugar de origen y practiquen turismo local, ya que no tienen la posibilidad económico de frecuentar lugares más apartados, a su vez esto permite tomar medidas estratégicas en conjunto con la oferta para adaptar y ajustar promociones que vayan acorde al nivel de ingresos de los turistas.

Tabla 43

Gasto promedio-Turistas de Tabacundo

Gasto promedio	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 50 USD	15	22,1
51 y 100 USD	45	66,2
101 Y 200 USD	8	11,8
Total	68	100

**Figura 66 Gasto promedio-Turistas de Tabacundo**

Complementando la interrogante anterior, se determina que un 66,2% de turistas están dispuestos a gastar entre 51 y 100 USD cuando visitan Tabacundo, mientras que el 22,1% gasta menos de 50 USD y el 11,8% representa a personas cuyo gasto oscila entre 101 y 200 USD, con estos datos es factible direccionar a los ofertantes tanto de servicios en alojamiento como en alimentación, para estandarizar y regular precios que vayan alineados con la predisposición de gasto de los visitantes.

Tabla 44

Forma de pago-Turistas de Tabacundo

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	52	76,5
Tarjeta de crédito	6	8,8
Tarjeta de débito	8	11,8
Cheque	2	2,9
Total	68	100

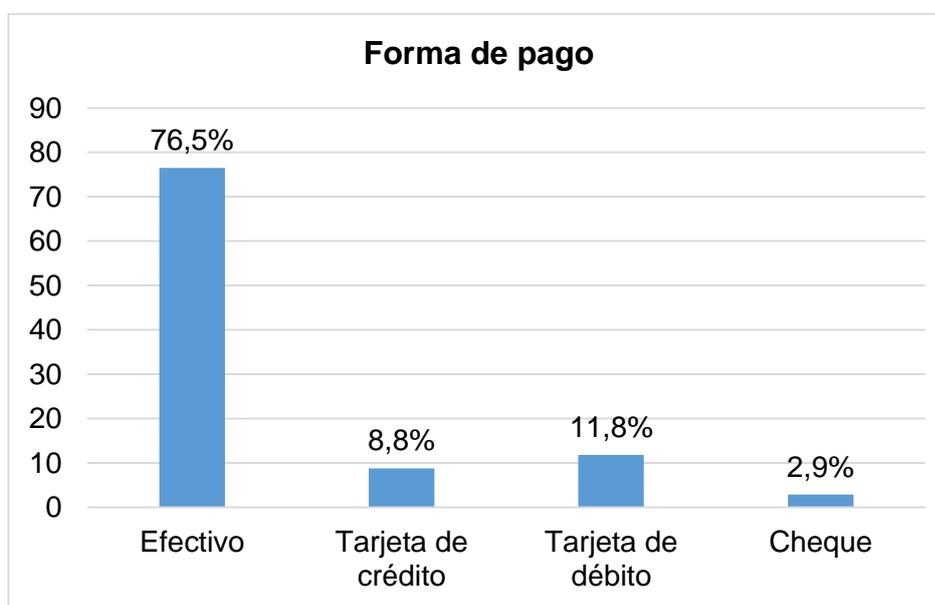


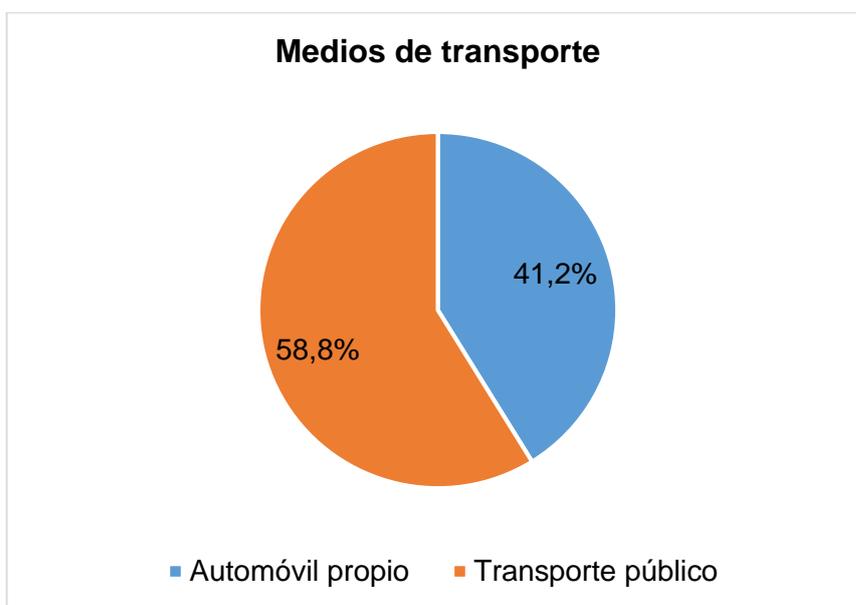
Figura 67 Forma de pago-Turistas de Tabacundo

Analizando los datos obtenidos, con un 76,5% la forma preferida de pago es en efectivo, proporcionando ciertas ventajas por ejemplo que es aceptada en todos los sitios y es de fácil y rápido manejo. Aunque las tarjetas de débito con un 11,8% van ganando espacio entre los turistas nacionales a la hora de pagar por ciertos servicios, siempre y cuando se manipulen responsablemente. Adicionalmente las tarjetas de crédito obtienen el 8,8%, ayudando a mejorar y controlar los gastos, todo depende del manejo de las mismas. Mientras que los cheques han ido perdiendo su espacio a la hora de cancelar por un servicio con un porcentaje del 2,9%.

Tabla 45

Medios de transporte-Turistas de Tabacundo

Medios de transporte	Frecuencia	Porcentaje
Automóvil propio	28	41,2
Transporte público	40	58,8
Total	68	100

**Figura 68 Medios de transporte-Turistas de Tabacundo**

Con los datos recopilados, se define que en su mayoría con un 58,8% las personas que concurren a esta localidad se movilizan en automóvil propio, porque la mayoría de personas que frecuentan esta zona son adultas y con un nivel de ingresos medio, que tienen las posibilidades de viajar en auto propio, mientras que un 41,2% lo hacen por transporte público.

Tabla 46

Tipo de alojamiento-Turistas de Tabacundo

Tipo de alojamiento	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	27	39,7
Hostería	28	41,2
Motel	4	5,9
Casa de familiares	9	13,2
Total	68	100

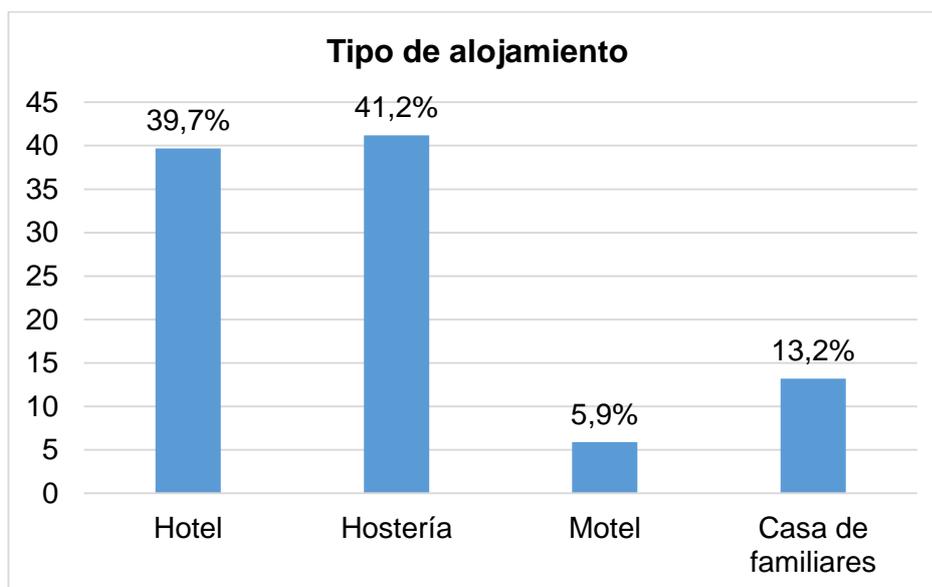


Figura 69 Tipo de alojamiento-Turistas de Tabacundo

Complementado el análisis, se aprecia que la mayoría de visitantes tiene como primera opción alojarse en una hostería con un 41,2%, en Tabacundo está ubicada la hostería Rancho Manabita que capta la mayoría de turistas que realizan viajes de negocios. Adicionalmente los hoteles atraen el interés del 39,7% de turistas, esto se debe a la ubicación del hotel más concurrido, que queda a una cuadra del parque central y de la Iglesia Matriz, mientras que los moteles atraen a un 5,9% y finalmente el 13,2% de la demanda acude a pernoctar en casa de familiares.

Tabla 47

Tipo de A&B-Turistas de Tabacundo

Tipo de A&B	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante de especialidades	38	55,9
Fuentes de soda	18	26,5
Restaurante de comida rápida	3	4,4
Cafetería	5	7,4
Restaurante en el lugar de hospedaje	2	2,9
Otro	2	2,9
Total	68	100

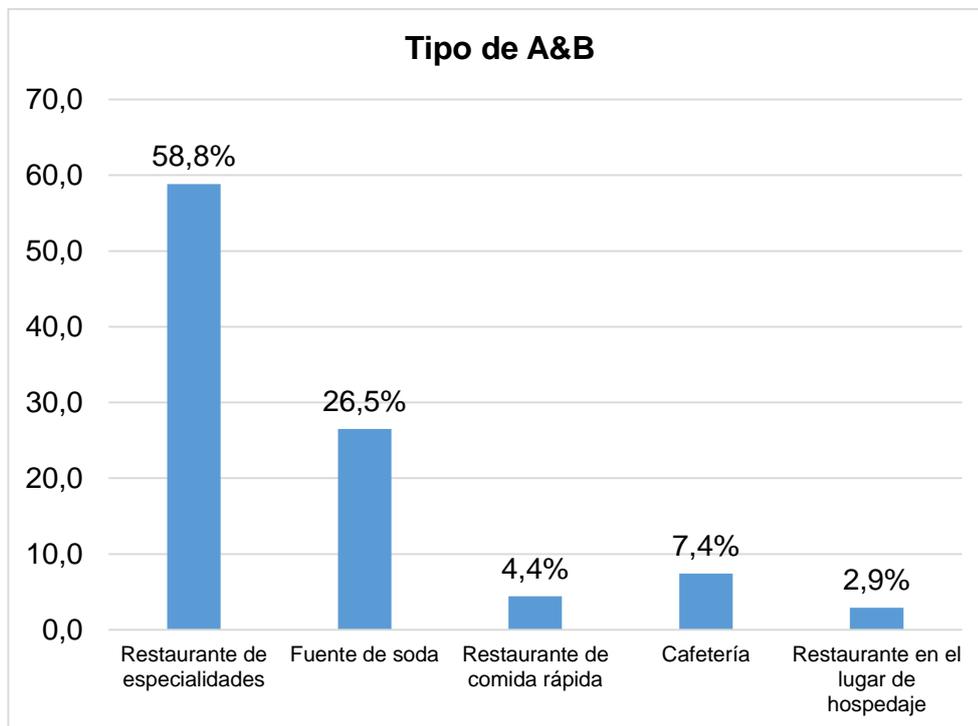


Figura 70 Tipo de A&B-Turistas de Tabacundo

Se identifica al 58,8% de encuestados con mayor preferencia para alimentarse en restaurantes de especialidades, donde ofertan platos típicos y tradicionales de la zona; mientras que las fuentes de soda ocupan el 26,5%, estos son establecimientos donde expenden diferentes tipos de bebidas frías y calientes, además de sándwiches y bizcochos que son de consumo inmediato, excluyendo la preparación de comida o platos. Las cafeterías captan el 7,4% de demandantes, dirigido a personas que están de paso por el sector y que hacen usos de las mismas, con un menor porcentaje del 4,4 están los restaurantes de comida rápida que van tomando su espacio al brindar productos con precios módicos y expedidos de forma casi inmediata adaptándose a los gustos y preferencias de los comensales. Posteriormente los restaurantes ubicados en el lugar de hospedaje ocupan el 2,9% por la facilidad de acceso y disponibilidad de tiempo.

Tabla 48

Tipo de turismo preferido-Turistas de Tabacundo

Tipo de turismo preferido	Frecuencia	Porcentaje
Turismo cultural	31	45,6
Ecoturismo	23	33,8
Agroturismo	10	14,7
Otro	4	5,9
Total	68	100

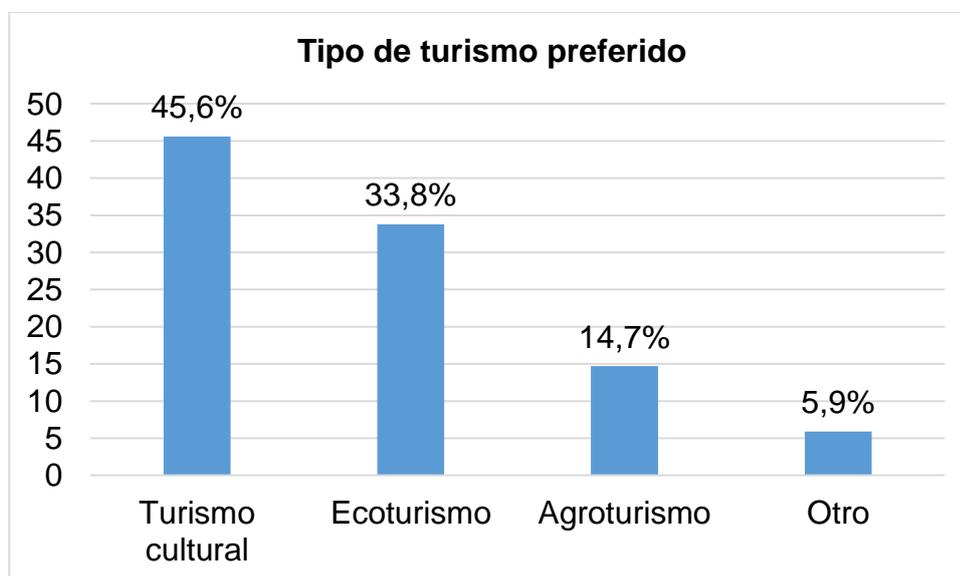


Figura 71 Tipo de turismo preferido-Turistas de Tabacundo

Con los criterios obtenidos, se determina la preferencia del tipo de turismo que les gustaría realizar en próximas visitas a turistas que frecuentan Tabacundo, en consecuencia el turismo cultural equivale al 45,6%, esto se alinea con la oferta de la parroquia, ya que se celebran distintas fiestas y ferias, adicionalmente esto se complementa con el ecoturismo que se practica en las Lagunas de Mojanda representado al 33,8%. Por otra parte el agroturismo refleja el 14,7%, al constituirse una de las actividades productivas principales, además esta localidad es conocida por la producción y exportación de rosas, por lo cual sería recomendable que retomen y refuercen la fusión de la actividad turística con su actividad económica, finalmente el 5,9% refleja otras preferencias del turista, como la práctica de deportes extremos.

Perfil del cliente: con el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta dirigida a los turistas que visitan la parroquia de Tabacundo, se determina de la siguiente manera:

Factor demográfico: el turista que visita Tabacundo es de género masculino y femenino ecuatoriano, con una edad promedio de 27 y 35 años, un nivel de instrucción de tercer nivel, que laboran en el sector privado.

Factor económico: se considera que el turista es de clase media y media alta, ya que son personas económicamente activas, con un ingreso promedio de 366 y 600 dólares, que se movilizan en automóvil propio, su gasto promedio está entre 51 y 100 dólares y su forma de pago preferida es en efectivo.

Factor psicográfico: son turistas que viajan en familia, los fines de semana una vez al mes, que gustan de practicar turismo cultural, motivadas por el descanso o placer, prefieren alojarse en hosterías y hoteles, y alimentarse en restaurantes de especialidades.

Factor geográfico: la actividad turística en el sector, está direccionada a turistas nacionales en su mayoría, ocasionalmente concurren turistas extranjeros, que por lo general están de paso a ciudades más grandes como Quito o Ibarra.

3.2.2. Situación de la Demanda actual

Tabacundo en épocas anteriores era considerada como una zona de paso y, por lo cual los turistas no realizaban paradas para visitar atractivos o hacer uso de servicios turísticos, esto se debía a que las principales actividades económicas eran la agricultura, floricultura y ganadería en menor porcentaje, consideradas las principales fuentes de ingreso, sin embargo, en los últimos años, se han planteado y desarrollado varios planes y proyectos de índole turística como el: plan de desarrollo turístico CPM, plan de marketing turístico para el cantón Pedro Moncayo y el proyecto de investigación para el aprovechamiento de los atractivos culturales de la parroquia de Tabacundo, con el objetivo de obtener ventajas y ofrecer productos que estén fusionados con el turismo, por ejemplo en el año 2015 se organizó la Primera Feria Mundial de la Rosa con el trabajo conjunto del GAD de Pedro Moncayo, la

Corporación de Floricultores de Tabacundo, la Asociación de Zamoranos todo esto con el aval del Gobierno de Pichincha, logrando afluencia por turismo de negocios, por otra parte al ser la cabecera cantonal de Pedro Moncayo es la sede de varias fiestas como: la de San Pedro, la de la Cosecha, entre otras. Por estas razones la demanda turística actual, ha demostrado un notable crecimiento en los últimos años, adicionalmente han influido ciertos factores como: mejoras en las vías de acceso, implementación de señalética dentro de la zona, con el objetivo de informar la eco ruta cultural Mojanda Cochasqui, además de difusión de fechas y cronogramas de fiestas, así como la seguridad y tranquilidad en el sector, adicionalmente la oferta de establecimientos de a&b ha crecido, con este último aspecto se denota el incremento de inversión en emprendimientos turísticos.

El cliente de Tabacundo viaja hacia esta zona por la cercanía de su lugar de origen, ya que por lo general provienen de Cayambe, Otavalo, Ibarra y Quito que buscan tranquilidad y distracción con atractivos culturales, complementándose con lugares naturales que brindan descanso y relajación, por lo general se movilizan en auto propio para acceder a este tipo de lugares.

3.3. Estudio de la oferta

3.3.1. Situación actual de los prestadores de servicios

El GAD de Pedro Moncayo cuenta con un catastro oficial elaborado en febrero del año 2015 donde se identifican 14 establecimientos entre prestadores de alojamiento y de alimentación; sin embargo, no existe un catastro específico para Tabacundo, por lo que no se pueden realizar las entrevistas a todas estas entidades, en consecuencia se determinó entrevistar a dos establecimientos de alojamiento y cuatro de alimentos y bebidas, siendo los más cercanos, mejor conocidos y representativos de la zona, este dato se obtuvo a través de recomendaciones recibidas por los pobladores.

12. ¿Con cuántas habitaciones cuenta y todas tienen baño?
 11 Individuales, 4 dobles y 1 suite, todas con baño privado

13. Servicio en las habitaciones:

Teléfono	X	Caja fuerte.....
T.V.	X	Aire acondicionado.....
Radio.....		Otros: Agua caliente
Mini-bar	Solo en la suite	

14. Tipo de construcción:

Moderna	Especificar: Edificio de bloque y concreto
Antigua (Anterior a 1950)	Especificar:
Arquitectura tradicional de la zona	Especificar:
Edificio de valor singular	Especificar:
Otra:.....	

15. Estado e intensidad de uso de las Instalaciones disponibles para el desarrollo de la actividad:

Instalaciones	Estado (Bueno/Regular/Malo)	Intensidad de uso (Alto/Medio/Bajo)
1. Recepción	Bueno	Alto
2. Habitaciones	Bueno	Alto
3. Lavandería	Regular	Alto
4. Mini-bar	Regular	Medio
5. Parquadero	Regular	Medio
6. Cancha de indor	Regular	Medio

16. Servicios disponibles para el desarrollo de la actividad:

Servicios básicos	Otros servicios turísticos	
Agua potable	X	Guía.....
Energía eléctrica	X	Información turística.....
Combustible.....		Alquiler de equipo.....
Teléfono	X	Alquiler de vehículos.....
Seguridad	X	Alquiler de caballos.....
Salud		Transporte turístico.....
Otros Estacionamiento		Otros.....

17. Principales restricciones para el desarrollo de la actividad:

Especificar:

- Ambientales
- Equipamiento/instalaciones
- Servicios
- Acceso
- Costo
- Socioculturales
- Otras
- Ninguna

X

18. Porcentaje de ocupación anual de las plazas disponibles:
 100% los fines de semana

19. Estadía media de huéspedes:
 1 Noche..... 2 Noches X 3 a 6 Noches..... 7 o más noches.....
 Observaciones: Los huéspedes han pernotado hasta una semana

20. Procedencia de los huéspedes en porcentajes:

Extranjeros	X	Especificar: Colombia
Nacionales	X	Especificar: Ambato, Quito, Guayaquil, Cajamarca, Latacunga

Figura 73 Segunda hoja - Entrevista 01

21. Precios de Habitaciones:

	Con Baño	Sin Baño
Individuales	USD 15,00 por dos pax
Dobles	USD 30,00 por cuatro pax
Triples
Otras.....

22. Gasto medio por persona
USD 15,00

23. Tipo de promoción que realiza el emprendimiento:
Publicidad en prensa..... Folletería..... Ferias de turismo.....
Asociaciones..... Otras: *Internet y red social facebook*

24. ¿Cuáles son las causas que impulsan a los turistas a elegir su emprendimiento?
Su ubicación cercana al parque central y sus instalaciones son nuevas.

25. ¿Qué servicios presta usted que lo diferencian de las demás ofertas?
Atención al cliente personalizada y servicios complementarios como parqueadero y cancha de indor.

26. ¿En qué medios se trasladan los turistas?
Automóvil propio y taxis.

27. ¿Qué tiempo le dedican al emprendimiento turístico?
Parcial..... Especificar.....
Total. X

28. ¿Cuáles son las causas que lo impulsaron a realizar el emprendimiento turístico?
 Económicas
 Conservacionistas
 Optimización de los recursos existentes
 Otras.....

29. Valoración del conjunto:

(*) Valore del 1 al 5	5	4	3	2	1
Estado de Conservación	X				
Fachada	X				
Decoración interior		X			
Mobiliario	X				
Jardines o zonas libres		X			
Limpieza	X				
Belleza del entorno		X			
Otras.....					

(*) La puntuación puede ser:

5. Excelente
4. Muy bueno
3. Bueno
2. Regular
1. Malo

OBSERVACIONES FINALES:
El establecimiento causa muy buena impresión; sin embargo, la persona quien está encargada la mayoría del tiempo es un estudiante hijo de los dueños quien aún estudia y por tanto no está totalmente capacitado y parte del tiempo que pasa en el hotel lo ocupa para la elaboración de otras actividades, puesto que permanece aquí de lunes a viernes sin descanso.

Figura 74 Tercera hoja - Entrevista 01



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE
ENTREVISTA A PRESTADORES TURÍSTICOS DE TABACUNDO
ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

1. Datos Generales:
Fecha: 2016- Diciembre-29
Lugar: Tabacundo- Pedro Moncayo
Entrevistadora: Gabriela Espín, Gabriela Panata
Entrevistado: Alicia Landeta
Puesto que ocupa: Administradora
Nombre del establecimiento: Rancho Manabita Hostería
Categoría: Tercera categoría
Tel: (02) 236-6103/ (02) 236-5845
Correo electrónico: ranchomanabita@hotmail.com
Página Web: www.hosteriaranchomanabita.com
Dirección: Panamericana Norte Sector 5 Manzana 1 Casa 25

2. Año de construcción: 2000 **Año de la última reforma:** 2014

3. Origen del establecimiento:
Es una empresa familiar ya que todos son hoteleros o están relacionados con la rama, existía desde el año 1996 solo con el restaurante, para el año 2000 se establece legalmente y se hace la parte de alojamiento, en el 2014 añaden los servicios complementarios de spa.

4. Período de funcionamiento de la prestación:

Todo el año	Señalar mes del año
Temporada alta	Se cierra sólo el 1 de mayo
Períodos concretos	Junio, septiembre y diciembre
Otros
	Fines de semana

5. Horario de la actividad: de domingo a domingo, de 7am a 11pm.

6. ¿Tiene apoyo de algún organismo estatal o privado? Especificar
*Hace unos años se trabajaba con el GAD municipal hasta que hubo cambio de autoridades, actualmente para certificaciones se trabaja con el GAD provincial.
 Trabajaban con dos agencias de viajes fijas Equinoccial Adventures y Rabitt Enginner*

7. Los prestadores de este tipo ¿se encuentran nucleados en alguna organización? Especificar
Asociación de Comerciantes de Pedro Moncayo quienes proporcionan información en cuanto a la parte jurídica y en este año se piensan asociar con la Cámara de Turismo de Pichincha.

8. Número de empleados:

Permanentes: 11	Temporarios:.....
Horario de trabajo:	Permanentes: Rotativos
	Temporarios:
Tareas que realizan:	Permanentes: Cocina- Servicio- Habitaciones- Seguridad- Mantenimiento- Administración.
	Temporarios:

Tipo de remuneración:
 Salario fijo Fraccionado..... Porcentaje.....
 Por horas..... Otros.....

Requisitos de contratación: Documentos legales y experiencia en el cargo que aplique

9. ¿Capacita a sus empleados? O Ud. como empleado ¿es capacitado?
Capacitaciones internas y externas con el Gobierno Provincial y Qualitur.

10. ¿Qué tipo de vinculación tiene con la Dirección de Turismo del lugar?

Figura 75 Primera hoja - Entrevista 02

Ninguna

11. Tipo de establecimiento:
Hostería

12. Número de habitaciones:
23 Habitaciones entre simples, dobles, triples y suites, todas con baño privado

13. Servicio en las habitaciones:

Teléfono	X	Caja fuerte.....
T.V.	X	Aire acondicionado X
Radio	X	Otros: Agua caliente, tv cable, internet
Mini-bar	<i>Solo en la suite y la Junior Suite</i>	

14. Tipo de construcción:

Moderna	Especificar:
Antigua (Anterior a 1950)	Especificar:
Arquitectura tradicional de la zona	Especificar:
Edificio de valor singular	Especificar:

Otra: Mixta, la parte de alojamiento y spa es moderna de concreto, la de a&b es tradicional y la parte recreacional es de madera

15. Estado e intensidad de uso de las Instalaciones disponibles para el desarrollo de la actividad:

Instalaciones	Estado (Bueno/Regular/Malo)	Intensidad de uso (Alto/Medio/Bajo)
1. Recepción	Bueno	Alto
2. Habitaciones	Bueno	Alto
3. Restaurante	Bueno	Alto
4. Spa	Bueno	Medio
5. Parquadero	Bueno	Medio
6. Área recreacional	Bueno	Medio

16. Servicios disponibles para el desarrollo de la actividad:

Servicios básicos	Otros servicios turísticos
Agua potable X	Guía.....
Energía eléctrica X	Información turística.....
Combustible.....	Alquiler de equipo.....
Teléfono X	Alquiler de vehículos.....
Seguridad X	Alquiler de caballos.....
Salud	Transporte turístico <i>Mini Van</i>
Otros <i>Estacionamiento</i>	Otros.....

17. Principales restricciones para el desarrollo de la actividad:

Especificar:

1. Ambientales
2. Equipamiento/instalaciones
3. Servicios
4. Acceso
5. Costo
6. Socioculturales
7. Otras: *La situación política y las tasas de impuestos, entre ellos el impuestos a la renta que no permite una utilidad del 30% anual y las nuevas leyes de para alojamientos.*
8. Ninguna

18. Porcentaje de ocupación anual de las plazas disponibles:
Actualmente 40%, antes había un 70% hasta 100%.

19. Estadía media de huéspedes:
 1 Noche..... 2 Noches X 3 a 6 Noches..... 7 o más noches.....
 Observaciones: *Los huéspedes vienen por trabajo y negocios.*

Figura 76 Segunda hoja - Entrevista 02

20. Procedencia de los huéspedes en porcentajes:
 Extranjeros Especificar:
 Nacionales Especificar: *Quito, Guayaquil, Cuenca.*

21. Precios de Habitaciones:

	Con Baño	Sin Baño
Individuales	USD 25,00 más IVA
Dobles	USD 50,00 más IVA
Triples	USD 75,00 más IVA
Otras

22. Gasto medio por persona
USD 30,00 por persona

23. Tipo de promoción que realiza el emprendimiento:
 Publicidad en prensa..... Folletería..... Ferias de turismo.....
 Asociaciones..... Otras: *Internet y red social facebook*

24. ¿Cuáles son las causas que impulsan a los turistas a elegir su emprendimiento?
El servicio personalizado.

25. ¿Qué servicios presta usted que lo diferencian de las demás ofertas?
Todos los servicios complementarios en un solo lugar: alojamiento, alimentación, salón de eventos, piscina, recreación, parqueadero y organización de eventos artísticos.

26. ¿En qué medios se trasladan los turistas?
Automóvil propio.

27. ¿Qué tiempo le dedican al emprendimiento turístico?
 Parcial.....especificar
 Total.

28. ¿Cuáles son las causas que lo impulsaron a realizar el emprendimiento turístico?
 Económicas
 Conservacionistas
 Optimización de los recursos existentes
 Otras.....

29. Valoración del conjunto:

(*) Valore del 1 al 5	5	4	3	2	1
Estado de Conservación	X				
Fachada	X				
Decoración interior	X				
Mobiliario	X				
Jardines o zonas libres	X				
Limpieza	X				
Belleza del entorno	X				
Otras.....					

(*) La puntuación puede ser:

5. Excelente
 4. Muy bueno
 3. Bueno
 2. Regular
 1. Malo

OBSERVACIONES FINALES:
En este establecimiento la atención fue cordial a pesar de no tener mucha disponibilidad de tiempo, se pudo notar la veracidad de todos los aspectos mencionados.

Figura 77 Tercera hoja - Entrevista 02

Análisis de los establecimientos de alojamiento: Se puede recalcar ciertos aspectos preocupantes uno de ellos es que no hay una labor en conjunto con el GAD de Pedro Moncayo, siendo que esta entidad debería ser la principal reguladora, capacitadora y de promoción de los establecimientos, por consiguiente se da la carencia de capacitaciones continuas para los clientes internos. Si se hace una comparación la hostería tiene una trayectoria representativa respecto al hotel; sin embargo, en los dos casos se resalta la carencia de una dirección que los guíe y patrocine, esto puede ser a razón de que en el GAD hay un departamento dedicado a este sector pero no se le designa suficientes recursos económicos y no tiene una persona quien se ponga al frente. Otro punto desfavorable que denotan las entrevistas es que no hay una organización privada que fomente su rentabilidad, es decir no se han creado alianzas estratégicas que los beneficien, los prestadores trabajan independientemente sin conocimiento de ventajas y desventajas de su competencia.

Ambos establecimientos sustentan que en un punto de su trayectoria han llegado a ocupar el 100% de sus plazas disponibles, lo que quiere decir que hay posibilidades de volver a establecerse cerca de este porcentaje, otra ventaja es que los prestadores tienen una idea del perfil del turista que los visita por lo que ofrecen servicios complementarios, cabe recalcar que la hostería tiene una mejor categoría y dado los años que lleva en el mercado es posible que tenga su restaurante; sin embargo, en el hotel también se hace lo necesario para solventar esta necesidad con la existencia de un mini bar y la información acerca de establecimientos cercanos que le faciliten alimentación al turista. Las empresas que se establecen en la parroquia son de origen familiar, creadas en base a las necesidades del turista que han identificado de manera empírica, además un parámetro muy importante que mencionar es que estos establecimientos están conscientes de la tendencia de publicidad y promoción que se está posicionando hoy en día, es decir a través de internet y redes sociales, la más común facebook, por lo han optado por este tipo de marketing.



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE
ENTREVISTA A PRESTADORES TURÍSTICOS DE TABACUNDO
ESTABLECIMIENTOS DE A&B

1. Datos Generales:
Fecha: 02 de Diciembre del 2016
Lugar: Tabacundo - Pedro Moncayo
Entrevistadora: Gabriela Espín, Gabriela Panata
Entrevistado: Paula Marcillo
Puesto que ocupa: Propietaria
Nombre del establecimiento: Restaurante-Marisquería Rincón del Sabor
Categoría: Cuarta
Tel: 022366253
Correo: amorpiolin25@hotmail.com
Página Web: No tienen
Dirección: 26 de Septiembre y Bolívar

2. Año de construcción: 2014 **Año de la última reforma:** 2016

3. ¿Origen del emprendimiento?
La propietaria del local, mencionó que su motivación principal para abrir este emprendimiento fue su gusto por la gastronomía.

4. Período de funcionamiento de la prestación:

	Señalar mes del año
Todo el año
Temporada alta
Períodos concretos	Lunes - Viernes
Otros (Especificar)

5. Horario de la actividad: Lunes a Sábado de 8:00 am – 16:00 pm

6. ¿Tiene apoyo de algún organismo estatal o privado? Especificar
No, ninguno.

7. Los prestadores de este tipo ¿se encuentran nucleados en alguna organización? Especificar
Por el momento no existe ninguna asociación u organización en el sector.

8. Número de empleados:

Permanentes: 1 Temporarios:

Horario de trabajo: Permanentes: *Lunes a Sábado de 8:00 am – 16:00 pm*
 Temporarios:

Tareas que realizan: Permanentes: *Desempeña funciones en la cocina.*
 Temporarios:

Tipo de remuneración:
 Salario fijo..... Fraccionado..... Porcentaje.....
 Por horas X Otros.....

Requisitos de contratación: *Contar con experiencia en cocina.*

9. ¿Capacita a sus empleados? O Ud. como empleado ¿es capacitado? ¿De qué manera?
En este caso la propietaria es la encargada de atención al cliente y servicio, por lo cual ella asistido a capacitaciones que brinda el registro sanitario una vez al año.

10. ¿Qué tipo de vinculación tiene con la Dirección de Turismo del lugar?
Ninguna, actualmente el GAD no promueve capacitaciones para prestadores de servicio de alimentos y bebidas.

11. Capacidad
Al funcionar en un local de dimensiones limitadas, cuenta con 8 mesas, mismas que dan para un aforo de 20 comensales.

Figura 78 Primera hoja - Entrevista 03

20. Gasto promedio por persona

Especificar: 3 USD

21. Tipo de promoción que realiza el emprendimiento:

Publicidad en prensa..... Vallas publicitarias: Ferias de turismo.....

Asociaciones..... Otras (especificar): boca a boca

22. ¿Cuáles son las causas que impulsan a los turistas a elegir su emprendimiento?*La cercanía del lugar a entidades públicas el GAD cantonal y las oficinas de dirección de gestión social y planeación estratégica.***23. ¿Qué servicios presta usted que lo diferencian de las demás ofertas?***Menú variado, con una especialidad en mariscos en días específicos.***24. ¿En qué medios se trasladan los turistas?***Debido a que es un poblado pequeño y los clientes están en calles cercanas, todos se movilizan a pie para llegar al lugar.***25. ¿Qué tiempo le dedican al emprendimiento turístico?**

Parcial.....especificar

Total: X

26. ¿Cuáles son las causas que lo impulsaron a realizar el emprendimiento turístico? Económicas Conservacionistas Optimización de los recursos existentes**27. Valoración del conjunto:**

(*) Valore del 1 al 5	5	4	3	2	1
Estado de Conservación			X		
Fachada			X		
Decoración interior				X	
Mobiliario				X	
Jardines o zonas libres					X
Limpieza			X		
Belleza del entorno			X		
Otras:					

(*) La puntuación puede ser:**5. Excelente****4. Muy bueno****3. Bueno****2. Regular****1. Malo****OBSERVACIONES FINALES:***Al momento de realizar la entrevista, la propietaria del negocio fue la encargada de recibir y pasar el pedido, posteriormente se desarrolló la entrevista, donde manifestó lo anteriormente expuesto, aduciendo que el número de ventas no le permiten contratar otra persona, y que ella trabaja solo con la ayuda de una persona en el área de la cocina.*

Muchas gracias por su amable colaboración.

Figura 80 Tercera hoja - Entrevista 03

10. ¿Qué tipo de vinculación tiene con la Dirección de Turismo del lugar?
Ninguna, actualmente el GAD no promueve capacitaciones para prestadores de servicio de alimentos y bebidas.

11. Capacidad
Al funcionar en un local de dimensiones limitadas, y al contar con el horno en el mismo lugar, tiene un aforo para 10 pax.

12. Servicio en el local:

Teléfono:	X	Caja fuerte:
T.V:	X	Aire acondicionado:
Radio:	X	Otros:
Mini-bar:		

13. Tipo de construcción:

Moderna	Especificar:
Antigua (Anterior a 1950)	Especificar: <i>Casa antigua adaptada (tapia-barro compactado)</i>
Arquitectura tradicional de la zona	Especificar:
Edificio de valor singular	Especificar:
Otra:.....	

14. Estado e intensidad de uso de las Instalaciones disponibles para el desarrollo de la actividad:

Instalaciones	Estado (Bueno/Regular/Malo)	Intensidad de uso (Alto/Medio/Bajo)
1 cocina	alto	diario
3 horno	alto	diario
4 mesas	alto	diario
Otros (Especificar).....		

15. Servicios disponibles para el desarrollo de la actividad:

Servicios básicos	Otros servicios turísticos
Agua potable X	Guía.....
Energía eléctrica X	Información turística.....
Combustible.....	Alquiler de equipo.....
Teléfono X	Alquiler de vehículos.....
Baños X	Alquiler de caballos.....
Seguridad X	Transporte turístico.....
Salud	Otros.....
Otros: <i>Estacionamiento</i>	

16. Principales restricciones para el desarrollo de la actividad:

1. Ambientales	Especificar:
2. Equipamiento/instalaciones	Especificar:
3. Servicios	Especificar:
4. Acceso	Especificar:
5. Costo	Especificar:
6. Socioculturales	Especificar:
7. Otras.....	Especificar:

Observación: *El negocio no ha tenido ninguna de las anteriores restricciones desde el inicio de funcionamiento.*

17. Porcentaje de ocupación anual
Durante el año, los meses de mayor ingreso de turistas son los meses de junio y septiembre, por las fiestas que se celebran en Tabacundo, adicionalmente el feriado de carnaval es clave para este sector, ya que cientos de turistas se movilizan desde Quito hacia Ibarra a las fiestas del Coangue y hacia Peguche, donde aproximadamente en 2 días procesan 4 quintales a diferencia de su producción semanal de 2 quintales.

Figura 82 Segunda hoja - Entrevista 04

18. Procedencia de los clientes en porcentajes:

Extranjeros: 15% Especificar: *Alemania, Francia, China y Colombia*
Nacionales: 85% Especificar: *Quito, Ibarra, Cuenca, Latacunga y Guayaquil.*

19. Precios por (fundas) de bizcochos Precio

Funda de 9 unidades 1,00 USD
Funda de 13 unidades 1,50 USD
Funda de 20 unidades 2,00 USD

Otras: *Bajo pedidos de clientes.*

20. Gasto promedio por persona

Especificar: *5 USD*

21. Tipo de promoción que realiza el emprendimiento:

Publicidad en prensa..... Vallas publicitarias: *X* Ferias de turismo.....

Asociaciones..... Otras (especificar): *Ofrecen café gratis, por la compra de cada 10 fundas regalan 1 adicional.*

22. ¿Cuáles son las causas que impulsan a los turistas a elegir su emprendimiento?

Todos los bizcochos son frescos, ya que son elaborados a diario y tienen un sabor distinto al de locales afeitados.

23. ¿Qué servicios presta usted que lo diferencian de las demás ofertas?

Sabor distinto.

24. ¿En qué medios se trasladan los turistas?

La mayoría en automóvil propio, en transporte público y un pequeño porcentaje en bus turístico grupos de adultos mayores que visitan ocasionalmente el lugar.

25. ¿Qué tiempo le dedican al emprendimiento turístico?

Parcial.....especificar

Total: *X*

26. ¿Cuáles son las causas que lo impulsaron a realizar el emprendimiento turístico?

(X)Económicas

() Conservacionistas

() Optimización de los recursos existentes

(Especificar)

27. Valoración del conjunto:

(*) Valore del 1 al 5	5	4	3	2	1
Estado de Conservación	X				
Fachada	X				
Decoración interior			X		
Mobiliario			X		
Jardines o zonas libres		X			
Limpieza	X				
Belleza del entorno	X				
Otras: Estacionamiento			X		

(*) La puntuación puede ser:

5. Excelente; 4. Muy bueno; 3. Bueno; 2. Regular; 1. Malo

OBSERVACIONES FINALES:

Al momento de realizar la entrevista solo se encontraban dos trabajadores, el encargado de local y la persona que elabora los bizcochos, amablemente se dieron un tiempo entre sus actividades para responder la presente entrevista, además manifestaron que los dueños del establecimiento no suelen pasar allí entre semana, ya que ellos trabajan en los horarios de fin de semana.

Figura 83 Tercera hoja - Entrevista 04



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE
ENTREVISTA A PRESTADORES TURÍSTICOS DE
TABACUNDO
ESTABLECIMIENTOS DE A&B

1. Datos Generales
Fecha: 29 de Diciembre del 2016
Lugar: Tabacundo – Pedro Moncayo
Entrevistadora: Gabriela Espín, Gabriela Panata
Entrevistado: Germania Jara
Puesto que ocupa: Encargada de local
Establecimiento: Cafetería Fiorella Sra. Aida Jativa
Categoría: Tercera
Tel: 022365319
Correo: No manejan
Página Web: No tienen
Dirección: Panamericana Norte s/n y Velasco Ibarra

2. Año de construcción: 2000 Año de la última reforma: 2016

3. ¿Origen del emprendimiento?
El negocio tuvo su origen porque la dueña desde años anteriores manejaba una fábrica de lácteos, actualmente ubicada en la parte posterior, ya que en la parte delantera funciona la cafetería.

4. Período de funcionamiento de la prestación:
Señalar mes del año
Todo el año X
Temporada alta
Períodos concretos
Otros (Especificar)

5. Horario de la actividad: Lunes a Domingo de 7:00 am – 19:00 pm

6. ¿Tiene apoyo de algún organismo estatal o privado? Especificar
De la fábrica de lácteos ubicada en la parte posterior que lleva el mismo nombre y la maneja la misma dueña.

7. Los prestadores de este tipo ¿se encuentran nucleados en alguna organización? Especificar
Por el momento no existe ninguna asociación u organización en el sector.

8. Número de empleados:
Permanentes: 2 Temporarios: 2
Horario de trabajo: Permanentes: Lunes a Domingo de 7:00 am – 19:00 pm
Temporarios: Fines de semana y feriados
Tareas que realizan: Permanentes: Ventas, producción de helados, inventario, parcheo y atención al cliente.
Temporarios: Ventas.

Tipo de remuneración:
Salario fijo X (permanentes) Fraccionado..... Porcentaje.....
Por horas X (temporarios) Otros.....

Requisitos de contratación: Contar con el título de bachiller y experiencia en establecimientos de alimentación.

9. ¿Capacita a sus empleados? O Ud. como empleado ¿es capacitado? ¿De qué manera?
En el tiempo que desempeñan funciones en la cafetería no se han realizado capacitaciones, solamente al momento del ingreso una breve inducción de las actividades encargadas.

Figura 84 Primera hoja - Entrevista 05

10. ¿Qué tipo de vinculación tiene con la Dirección de Turismo del lugar?
Este establecimiento manifiesta haber tenido relación directa con el GAD de Pedro Moncayo al momento de realizar trámites y permisos.

11. Capacidad
El local donde funcionan es amplio, y cuentan con un aforo para 40 personas.

12. Servicio en el local:
 Teléfono: X Caja fuerte:
 T.V: Aire acondicionado:
 Radio: X Otros: internet (wifi gratis)
 Mini-bar: X

13. Tipo de construcción:
 Moderna Especificar:
 Antigua (Anterior a 1950) Especificar:
 Especificar: Casa de campo(bloque y cemento)
 Arquitectura tradicional de la zona
 Edificio de valor singular Especificar:
 Otra:.....

14. Estado e intensidad de uso de las Instalaciones disponibles para el desarrollo de la actividad:

Instalaciones	Estado (Bueno/Regular/Malo)	Intensidad de uso (Alto/Medio/Bajo)
1 <i>horno</i>	<i>alto</i>	<i>diario</i>
3 <i>cocina</i>	<i>alto</i>	<i>diario</i>
4 <i>mesas</i>	<i>alto</i>	<i>diario</i>
5 <i>mostradores</i>	<i>alto</i>	<i>diario</i>
Otros (Especificar).....		

15. Servicios disponibles para el desarrollo de la actividad:

Servicios básicos	Otros servicios turísticos
Agua potable X	Guía.....
Energía eléctrica X	Información turística.....
Combustible.....	Alquiler de equipo.....
Teléfono X	Alquiler de vehículos.....
Baños X	Alquiler de caballos.....
Seguridad X	Transporte turístico.....
Salud	Otros.....
Otros: Estacionamiento	

16. Principales restricciones para el desarrollo de la actividad:

1. Ambientales	Especificar:
2. Equipamiento/instalaciones	Especificar:
3. Servicios	Especificar:
4. Acceso	Especificar:
5. Costo	Especificar:
6. Socioculturales	Especificar:
7. Otras.....	Especificar:

Observación: *El negocio no ha tenido ninguna de las anteriores restricciones desde el inicio de funcionamiento.*

17. Porcentaje de ocupación anual
En el transcurso del año, los meses donde tienen el más alto porcentaje de ocupación son en festividades de Tabacundo, es decir en los meses de junio y septiembre, así como en el feriado de carnaval donde transitan cientos de turistas que viajan desde Quito hacia el norte del país o viceversa desde Ibarra y Tulcán.

18. Procedencia de los clientes en porcentajes:
 Extranjeros: 25% Especificar: Colombia, Estados Unidos, Alemania.

Figura 85 Segunda hoja - Entrevista 05

Nacionales: 75% Especificar: Quito, Latacunga, Ibarra, Ambato Cuenca y Guayaquil.

19. Precios por (fundas) de bizcochos **Precio**

Funda de 8 unidades	1,00 USD
Funda de 12 unidades	1,50 USD
Funda de 20 unidades	2,25 USD

Otras: Bajo pedidos de clientes.

Observación: Adicionalmente ofertan otros productos como queso mozzarella, de hoja, yogurt, helados, gaseosas, aguas; quesadillas; al ser una cafetería oferta n desayunos americano, continental, y completo.

20. Gasto promedio por persona

Especificar: 10 USD

Observaciones: El motivo principal de parada es por la compra de bizcochos o por el deleite de desayunos, pero adicionalmente compran otros productos.

21. Tipo de promoción que realiza el emprendimiento:

Publicidad en prensa..... Vallas publicitarias: X Ferias de turismo.....

Asociaciones..... Otras (especificar): Uno de sus productos estrella es el queso mozzarella mismo que se distribuye a la cadena de Supermaxi.

22. ¿Cuáles son las causas que impulsan a los turistas a elegir su emprendimiento?

No ofertan solo bizcochos, lo complementan con productos adicionales como yogurt, en especial ofrecen el queso mozzarella que hace la diferencia en el sector.

23. ¿Qué servicios presta usted que lo diferencian de las demás ofertas?

Sabor distinto.

24. ¿En qué medios se trasladan los turistas?

La mayoría de clientes en automóvil propio y unos pocos en transporte público ya que están ubicados en la vía panamericana es de fácil acceso.

25. ¿Qué tiempo le dedican al emprendimiento turístico?

Parcial.....especificar

Total: X

26. ¿Cuáles son las causas que lo impulsaron a realizar el emprendimiento turístico?

(X)Económicas
 () Conservacionistas
 () Optimización de los recursos existentes
 (X) Otras (Especificar) Facilidad de producción de productos.

27. Valoración del conjunto:

(*) Valore del 1 al 5	5	4	3	2	1
Estado de Conservación	X				
Fachada		X			
Decoración interior	X				
Mobiliario	X				
Jardines o zonas libres			X		
Limpieza	X				
Belleza del entorno		X			
Otras: Estacionamiento		X			

(*) La puntuación puede ser:
 5. Excelente; 4. Muy bueno; 3. Bueno; 2. Regular; 1. Malo

OBSERVACIONES FINALES:

En el momento de ingresar al establecimiento, se puede sentir un ambiente familiar y tranquilo, además el horno de leña con bizcochos recién horneados están a la vista, razón por la cual motivan al potencial cliente a degustar sus productos ya que están estratégicamente ubicados.

Muchas gracias por su amable colaboración

Figura 86 Tercera hoja - Entrevista 05

	
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS-ESPE ENTREVISTA A PRESTADORES TURÍSTICOS DE TABACUNDO ESTABLECIMIENTOS DE A&B	
1. Datos Generales	
Fecha: 29 de Diciembre del 2016	
Lugar: Tabacundo-Pedro Moncayo	
Entrevistadora: Gabriela Espín, Gabriela Panata	
Entrevistado: Fernando Vaca	
Puesto que ocupa: Propietario	
Establecimiento: Restaurante Inti Raymi	
Categoría: Segunda	
Tel: 022366003	
Correo: fernandovaca_33@hotmail.com	
Página Web: Páginas amarillas	
Dirección: Panamericana Norte Km1 y Vicente Estrella	
2. Año de construcción: 1992 Año de la última reforma: 2016 (cada 4 años)	
3. ¿Origen del emprendimiento?	
Al efectuar la entrevista al dueño del restaurant, el manifestó que impulsar el turismo en carretera fue su motivación para fundar este negocio al cual le ha dedicado 24 años de su vida y que en un futuro espera que sus hijas puedan administrarlo, manteniéndose como un negocio familiar.	
4. Período de funcionamiento de la prestación:	
Señalar mes del año	
Todo el año	X
Temporada alta
Períodos concretos
Otros (Especificar)
5. Horario de la actividad: Lunes a Domingo de 8:00 am – 17:00 pm	
6. ¿Tiene apoyo de algún organismo estatal o privado? Especificar	
No, ninguno.	
7. Los prestadores de este tipo ¿se encuentran nucleados en alguna organización? Especificar	
Al ser un negocio antiguo, que ha buscado formas de incrementar sus ventas, pertenecen a la Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR).	
8. Número de empleados:	
Permanentes: 4	Temporarios: 2
Horario de trabajo:	Permanentes: Lunes a Viernes de 8:00 am – 18:00 pm
	Temporarios: Sábados y Domingos de 8:00 am – 18:00 pm
Tareas que realizan:	Permanentes: Desempeñan funciones como cocinero, mesero y en limpieza.
	Temporarios: Desempeñan funciones dentro de la cocina y servicio.
Tipo de remuneración:	
Salario fijo	X (permanentes) Fraccionado..... Porcentaje.....
Por horas	X (temporarios) Otros.....
Requisitos de contratación: Contar con el título de bachiller y experiencia en cocina o servicio.	

Figura 87 Primera hoja - Entrevista 06

9. ¿Capacita a sus empleados? O Ud. como empleado ¿es capacitado? ¿De qué manera?
El propietario supo manifestar que brinda capacitaciones para su personal de planta una vez al año, en temas relacionados con su puesto de trabajo.

10. ¿Qué tipo de vinculación tiene con la Dirección de Turismo del lugar?
Ninguna.

11. Capacidad
El restaurante funciona en una construcción de dos plantas, por lo cual tiene una dimensión sumamente amplia, por lo cual cuenta con un aforo para 200 personas.

12. Servicio en el local:
 Teléfono: X Caja fuerte:
 T.V: X Aire acondicionado:
 Radio: X Otros:.....
 Mini-bar: X

13. Tipo de construcción:
 Moderna Especificar:
 Antigua (Anterior a 1950) Especificar:
 Arquitectura tradicional de la zona Especificar: *Casa de campo (ladrillo)*
 Edificio de valor singular Especificar:
 Otra:.....

14. Estado e intensidad de uso de las Instalaciones disponibles para el desarrollo de la actividad:

Instalaciones	Estado (Bueno/Regular/Malo)	Intensidad de uso (Alto/Medio/Bajo)
1 cocina	alto	diario
3 horno	alto	diario
4 mesas	alto	diario
Otros (Especificar).....		

15. Servicios disponibles para el desarrollo de la actividad:

Servicios básicos	Otros servicios turísticos
Agua potable X	Guía.....
Energía eléctrica X	Información turística.....
Combustible.....	Alquiler de equipo.....
Teléfono X	Alquiler de vehículos.....
Baños X	Alquiler de caballos.....
Seguridad X	Transporte turístico.....
Salud	Otros.....
Otros: <i>Estacionamiento</i>	

16. Principales restricciones para el desarrollo de la actividad:

1. Ambientales	Especificar:
2. Equipamiento/instalaciones	Especificar:
3. Servicios	Especificar:
4. Acceso	Especificar:
5. Costo	Especificar:
6. Socioculturales	Especificar:
7. Otras.....	Especificar:

Observación: *El negocio no ha tenido ninguna de las anteriores restricciones desde el inicio de funcionamiento.*

17. Porcentaje de ocupación anual
Durante el año, los meses de mayor ingreso de turistas son los meses que celebran las fiestas de San Pedro y de la Cosecha que son en junio y septiembre, adicionalmente los feriados y fines de semana son claves para la concurrencia de turistas.

18. Procedencia de los clientes en porcentajes
 Extranjeros: 30% Especificar: *Estados Unidos, Francia y Colombia*

Figura 88 Segunda hoja - Entrevista 06

Nacionales: 70% Especificar: Quito, Ibarra y Cuenca

19. Precios por

Desayunos	Precio
Platos típicos	5,00 - 8,00 USD
Eventos	6,50 - 20,00USD
Otras:	Depende del tamaño del grupo

20. Gasto promedio por persona
Especificar: 15-20 USD
Observaciones: cuenta con una variada oferta entre desayunos, almuerzos, entradas, platos fuertes y postres.

21. Tipo de promoción que realiza el emprendimiento:
Publicidad en prensa: páginas amarillas Asociaciones.....
Vallas publicitarias: X Ferias de turismo.....
Otras (especificar): Internet, redes sociales (facebook).

22. ¿Cuáles son las causas que impulsan a los turistas a elegir su emprendimiento?
En primera instancia se encuentra el diseño llamativo que causa la atención del cliente, además la atención al cliente los caracteriza, así como su variada oferta en platos típicos y tradicionales.

23. ¿Qué servicios presta usted que lo diferencian de las demás ofertas?
Ofertan platos típicos y tradicionales.

24. ¿En qué medios se trasladan los turistas?
La mayoría en automóvil propio y en bus turístico mismos que provienen por un convenio que mantienen con una agencia de viajes ubicada en la ciudad de Quito.

25. ¿Qué tiempo le dedican al emprendimiento turístico?
Parcial.....especificar
Total: X

26. ¿Cuáles son las causas que lo impulsaron a realizar el emprendimiento turístico?
(X) Económicas
() Conservacionistas
() Optimización de los recursos existentes
() Otras (Especificar)

27. Valoración del conjunto:

(*) Valore del 1 al 5	5	4	3	2	1
Estado de Conservación	X				
Fachada	X				
Decoración interior	X				
Mobiliario	X				
Jardines o zonas libres		X			
Limpieza	X				
Belleza del entorno	X				
Otras: Estacionamiento	X				

(*) La puntuación puede ser:
5. Excelente; 4. Muy bueno; 3. Bueno; 2. Regular; 1. Malo

OBSERVACIONES FINALES:
Su ubicación estratégica en la panamericana, lo hacen un lugar muy visitado, además cuenta con un valla en la misma, donde promocionan sus productos, la fachada diseñada llama la atención del cliente, conjuntamente con la decoración brindan un ambiente familiar y acogedor de tal forma que los acabados le dan un toque de elegancia, además de ofertar productos alimenticios, ofrecen realización de eventos ya que cuentan con un amplio espacio, e inclusive cuentan con tarima donde se han presentado algunos artistas. Muchas gracias por su amable colaboración.

Figura 89 Tercera hoja - Entrevista 06

Análisis de los establecimientos de alimentos y bebidas: Al finalizar las entrevistas a los prestadores de servicio de alimentos y bebidas, se evidencia que el 75% no mantienen capacitaciones de ningún tipo, en algunos casos durante todo el período de funcionamiento, esto se puede dar por tres factores: en primera instancia puede ser porque por el momento ninguno de ellos pertenece a ninguna asociación u organización; por otra parte en ningún caso se han visto beneficiados por gestiones del GAD de Pedro Moncayo, donde estaría directamente encargado el departamento de turismo, ya que según manifiestan todos este departamento no desarrolla planes o programas de direccionamiento y apoyo a emprendedores que desean invertir en el sector turístico; y por último los propietarios no muestran ningún interés en buscar por su cuenta entidades que dicten talleres o capacitaciones ya sea para mejorar el servicio o actualizar conocimientos, aunque entre los entrevistados destaca una empresa que sí realiza capacitaciones anuales en asociación con entidades privadas por lo general ubicadas en la capital.

Se debe recalcar que Tabacundo al ser una cabecera cantonal, debería dar mayor importancia a la planta turística donde el núcleo de ella son los prestadores de servicio, este factor que a la vez parece tan irrelevante, pero por el contrario es parte esencial del desarrollo y crecimiento empresarial, es un eje clave para potencializar este sector. Tomando como referencia la información que manejan en redes sociales y la página web cantonal, se puede apreciar que la actual alcaldía representada por el señor Frank Gualsaquí, busca potencializar a este sector como un destino turístico por las ventajas que posee frente a otras parroquias aledañas, por ejemplo dentro de sus objetivos, estaban desarrollar la Feria Mundial de la Rosa en Tabacundo, meta que fue alcanzada en el año 2015 con el apoyo de entidades privadas y públicas, donde los prestadores de servicio cumplieron un papel esencial a la hora de albergar a comisiones enviadas desde diferentes partes del mundo, aunque hasta el momento solo se ha realizado una edición.

3.3.2. Análisis de la competencia a nivel local y/o regional

Se considera competencia directa local a Cayambe por distintas razones, que se sustentan a continuación: la primera es que al igual que Tabacundo es considerada cabecera cantonal en este caso del cantón que lleva el mismo nombre, en segunda instancia está la ubicación estratégica al ser un punto medio entre ciudades principales como Quito e Ibarra, donde confluyen cientos de turistas que se trasladan al norte o sur del país, se debe acotar que cuenta con celebraciones similares como la Fiesta de San Pedro aunque en esta zona es más conocida como fiestas cayambeñas, la misma cuenta con algunos personajes casi idénticos como el: diabluma, aruchico y la chinuca.

Tabacundo desde el año anterior posee cierta ventaja al ser considerado Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, por su inmenso acervo cultural asegurando la sucesión de esta fiesta a futuras generaciones a través del plan de salvaguardia de la manifestación cultural inmaterial de San Pedro, por otra parte cuenta con la laguna de San Marcos con una extensión de seis mil metros, pertenece a la Reserva Ecológica Cayambe Coca, es un sitio ideal para relajarse y practicar pesca, caminata o ciclismo, la misma que cuenta con características similares pero no iguales a las Lagunas de Mojanda, ya que cada una muestra magia y encanto diferentes para los amantes del turismo natural. Se debe considerar que es conocida como una de las principales productoras de flores a nivel mundial, pero Tabacundo posee ciertas ventajas y reconocimientos como la “Capital Mundial de la Rosa”.

Además de ser la sede de la I Feria Mundial de la Rosa, donde los asistentes provenían de distintos lugares como Bolivia, Venezuela, Argentina y Palestina, gracias a los esfuerzos y al arduo trabajo de entidades públicas y privadas que colaboraron sin medida para cumplir este objetivo, se desarrolló turismo de negocios y todos los eventos se dieron en el centro de Tabacundo y en sus alrededores como en el centro de exposiciones Pedro Moncayo.

3.3.3. Fichas de observación

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:01		Fecha: 25/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Lagunas de Mojanda</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Sitios Naturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad: <i>Mojandita</i>
Calle:	Transversal:	Número:
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>54 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>3.736 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>-2° a 25°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Son parte del sistema lacustre Mojanda-Cajas, considerado uno de los humedales más importantes del país, alberga cuatro lagunas, que son de origen volcánico, además posee una gran variedad de flora y fauna distintiva del clima de páramo.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Alberga un gran valor hidrológico, ya que constituye uno de los principales captadores de agua que se utilizan para consumo humano y riego en el cantón y en Otavalo.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Se encuentra en este estado, ya que al ser una de los humedales más importantes del país, se ha tratado de no alterar su espacio, no existe contaminación.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: tienen el mínimo impacto de la mano del hombre.</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso											
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso	
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año	
Terrestre	Asfaltado				Bus					365	
	Lastrado				Automóvil	X				Días al mes	
	Empedrado		X		4X4	X				Culturales	Día inicio:
	Sendero		X		Tren						Día fin: <i>Domingo</i>
Acuático	Marítimo				Barco					Naturales	<i>Miércoles a Domingo</i>
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Horas al día	
Aéreo					Avión					Culturales	Hora inicio:
					Avioneta						Hora fin:
						Helicóptero				Naturales	<i>Cualquier hora</i>
7. Ruta de los buses desde poblaciones											
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa de camionetas 23 de Noviembre</i>											
Desde: <i>Tabacundo</i>		Hasta: <i>Lagunas de Mojanda</i>			Distancia: <i>54 km</i>			Frecuencia: <i>5 min.</i>			
8. Infraestructura básica											
Agua potable		<input checked="" type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe			
Energía eléctrica		<input checked="" type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe			
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input checked="" type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe			
Precio		<input checked="" type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No		Valor: <i>No se tuvo acceso</i>					
9. Asociación con otros atractivos											
Nombres: <i>Cerro Yanahurco</i>						Distancia: 1 km.					
10. Difusión del atractivo											
<input type="checkbox"/> Local			<input type="checkbox"/> Provincial			<input checked="" type="checkbox"/> Nacional		<input type="checkbox"/> Internacional			
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos											
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador											

Figura 90 Ficha de observación 01

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:02		Fecha: 25/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Cerro Yanahurco</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Sitios Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle:	Transversal:	Número:
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>54 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>4.300 m.s.n.m</i>	Temperatura: <i>-2° a 20°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Su construcción inicio el 23 de Noviembre de 1999, por lo que tiene relación directa con el inicio de las fiestas de la virgen del mismo nombre, cuenta con 8 salas que muestran piezas religiosas y esculturas de valor histórico.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Cada 23 de Noviembre, todos los feligreses del sector y zonas aledañas acuden a las Fiestas de la Santísima Virgen de la Natividad, día en que se inició su construcción.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Debido a que forma parte del nudo Mojanda-Cajas, no tiene ninguna alteración, considerando que no hay contaminación en el sector.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Al estar dentro de las Lagunas de Mojanda, no ha sufrido ninguna alteración.</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso												
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso		
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año		
Terrestre	Asfaltado				Bus	X					365	
	Lastrado				Automóvil						Días al mes	
	Empedrado		X		4X4						Culturales	Día inicio:
	Sendero	X			Tren							Día fin:
Acuático	Marítimo				Barco						Naturales	Miércoles a Domingo
					Bote							
	Fluvial				Canoa						Horas al día	
Aéreo					Avión						Culturales	Hora inicio: 10:30
					Avioneta							Hora fin: 16:00
					Helicóptero						Naturales	Cualquier hora del día
7. Ruta de los buses desde poblaciones												
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa de camionetas 23 de Noviembre</i>												
Desde: <i>Tabacundo</i>		Hasta: <i>Lagunas de Mojanda</i>			Distancia: <i>54 km</i>		Frecuencia: <i>5 min.</i>					
8. Infraestructura básica												
Agua potable		<input type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe				
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe				
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe				
Precio		<input type="checkbox"/> Si		<input checked="" type="checkbox"/> No		Valor: <i>No tienen ninguno.</i>						
9. Asociación con otros atractivos												
Nombres: <i>Lagunas de Mojanda</i>						Distancia: <i>Es parte del atractivo</i>						
10. Difusión del atractivo												
<input checked="" type="checkbox"/> Local			<input type="checkbox"/> Provincial			<input type="checkbox"/> Nacional		<input type="checkbox"/> Internacional				
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos												
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador												

Figura 91 Ficha de observación 02

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:03		Fecha: 25/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Loma de Cananvalle</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Sitios Naturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle:	Transversal:	Número:
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>10 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.900 m.s.n.m</i>	Temperatura: <i>10°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Su ubicación estratégica, la hacen el lugar idóneo para admirar una vista panorámica hacia Tabacundo.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Es considerada la Gran Huaca Tola, una construcción importante para el pueblo Caras.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: En este lugar se realizan deportes extremos como ciclismo de montaña lo que ha ocasionado su alteración.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Por la afluencia de personas y bicicletas el alrededor se ha visto afectado.</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso											
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso	
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año	
Terrestre	Asfaltado				Bus					365	
	Lastrado				Automóvil				X	Días al mes	
	Empedrado		X		4X4		X			Culturales	Día inicio:
	Sendero				Tren						Día fin: <i>Domingo</i>
Acuático	Marítimo				Barco					Naturales	Todos los días
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Horas al día	
Aéreo					Avión					Culturales	Hora inicio:
					Avioneta						Hora fin: <i>Cualquier hora</i>
					Helicóptero					Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones											
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa de camionetas 23 de Noviembre</i>											
Desde: <i>Tabacundo</i>		Hasta: <i>Loma de Cananvalle</i>			Distancia: <i>10 km</i>			Frecuencia: <i>5 min.</i>			
8. Infraestructura básica											
Agua potable		<input type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe			
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe			
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe			
Precio		<input type="checkbox"/> Sí		<input checked="" type="checkbox"/> No		Valor: <i>No tienen</i>					
9. Asociación con otros atractivos											
Nombres: <i>Ninguno</i>					Distancia: <i>No aplica</i>						
10. Difusión del atractivo											
<input checked="" type="checkbox"/> Local		<input type="checkbox"/> Provincial			<input type="checkbox"/> Nacional			<input type="checkbox"/> Internacional			
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos											
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador											

Figura 92 Ficha de observación 03

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°: 04		Fecha: 09/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Iglesia Matriz de Tabacundo</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Manifestaciones Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle: <i>Luis Freire</i>	Transversal: <i>Jaramillo</i>	Número: <i>27</i>
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>0 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.341 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>5 a 25°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>La fachada de la iglesia, es una construcción de estilo neocolonial, entre sus imágenes, sobresale la Virgen de la Natividad que se remonta al siglo XVII, además cuenta con dos copias de los cuadros del juicio final y del infierno.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Cada 23 de Noviembre, todos los feligreses del sector y zonas aledañas acuden a las Fiestas de la Santísima Virgen de la Natividad, además en Semana Santa se realiza una peregrinación que culmina en el templo, donde desfilan los Guioneros.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Esto se debe a que es la tercera reconstrucción, por los diferentes terremotos que afectaron al templo, la construcción original data del año 1887.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Por el paso de los años en las diferentes casas e inclusive en el parque central Homero Valencia se han dado diferentes cambios</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso												
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso		
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año		
Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X					365	
	Lastrado				Automóvil	X					Días al mes	
	Empedrado				4X4						Culturales	Día inicio: <i>Lunes</i>
	Sendero				Tren							Día fin: <i>Domingo</i>
Acuático	Marítimo				Barco						Naturales	
					Bote							
	Fluvial				Canoa						Horas al día	
					Otro							
Aéreo					Avión						Culturales	Hora inicio: <i>07:00</i>
				Avioneta								Hora fin: <i>19:00</i>
					Helicóptero						Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones												
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa Mojanda</i>												
Desde: <i>Tabacundo</i>		Hasta: <i>La Esperanza</i>			Distancia: <i>25 km</i>			Frecuencia: <i>15 min.</i>				
8. Infraestructura básica												
Agua potable		<input checked="" type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe				
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input checked="" type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe				
Alcantarillado		<input checked="" type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe				
Precio		<input checked="" type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No		Valor: <i>No se tuvo acceso</i>						
9. Asociación con otros atractivos												
Nombres: <i>Museo de Mama Nati</i>						Distancia: <i>Adjunta a la Iglesia</i>						
10. Difusión del atractivo												
<input checked="" type="checkbox"/> Local		<input type="checkbox"/> Provincial			<input type="checkbox"/> Nacional			<input type="checkbox"/> Internacional				
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos												
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador												

Figura 93 Ficha de observación 04

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:05		Fecha: 09/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Museo de Mama Nati</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Manifestaciones Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle: <i>Luis Freire</i>	Transversal: <i>Plaza Gutiérrez</i>	Número: <i>27</i>
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>0 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.341 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>5 a 25°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Su construcción inicio el 23 de Noviembre de 1999, por lo que tiene relación directa con el inicio de las fiestas de la virgen del mismo nombre, cuenta con 8 salas que muestran piezas religiosas y esculturas de valor histórico.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Cada 23 de Noviembre, todos los feligreses del sector y zonas aledañas acuden a las Fiestas de la Santísima Virgen de la Natividad, día en que se inició su construcción.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
Causas: <i>Desde la fecha de edificación no se han realizado ningún tipo de cambios.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
Causas: <i>Por el paso de los años en las diferentes casas e inclusive en el parque central Homero Valencia se han dado diferentes cambios</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso											
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso	
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año	
Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X				Solo los domingos	
	Lastrado				Automóvil	X				Días al mes	
	Empedrado				4X4					Culturales	Día inicio:
	Sendero				Tren						Día fin: <i>Domingo</i>
Acuático	Marítimo				Barco					Naturales	
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Horas al día	
Aéreo					Avión					Culturales	Hora inicio: <i>10:30</i>
					Avioneta						Hora fin: <i>16:00</i>
					Helicóptero					Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones											
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa Mojanda</i>											
Desde: <i>Tabacundo</i>		Hasta: <i>La Esperanza</i>			Distancia: <i>25 km</i>		Frecuencia: <i>15 min.</i>				
8. Infraestructura básica											
Agua potable		<input checked="" type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe			
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input checked="" type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe			
Alcantarillado		<input checked="" type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe			
Precio		<input checked="" type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No		Valor: <i>No se tuvo acceso</i>					
9. Asociación con otros atractivos											
Nombres: <i>Iglesia Matriz de Tabacundo</i>					Distancia: <i>Adjunta al museo</i>						
10. Difusión del atractivo											
<input checked="" type="checkbox"/> Local		<input type="checkbox"/> Provincial			<input type="checkbox"/> Nacional			<input type="checkbox"/> Internacional			
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos											
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador											

Figura 94 Ficha de observación 05

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:06		Fecha: 29/Junio/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Fiestas de San Pedro</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Manifestaciones Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle: <i>Simón Bolívar</i>	Transversal:	Número:
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>0 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.341 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>5 a 25°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Desde el año 2003 se efectúan gestiones para posicionar a las Fiestas de San Pedro de Tabacundo como Patrimonio Cultural Intangible, título que se le concedió en el año 2016, gracias al esfuerzo y trabajo de la alcaldía actual.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Gracias al título concedido por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, el 23 y 24 de Febrero, Tabacundo será la sede del Primer encuentro de patrimonios culturales inmateriales del Ecuador.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
Causas: El valor cultural y el impacto que causa en la población tabacundeña, han sido factores decisivos a la hora de conservar las costumbres y tradiciones de este tipo de manifestaciones culturales.		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
Causas: <i>En la actualidad, el centro urbano de Tabacundo se ha desarrollado, lo que implica modificaciones y alteraciones a fachadas, construcciones, entre otras edificaciones que constituyen esta parroquia.</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso												
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso		
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año		
Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X					24 días al año	
	Lastrado				Automóvil	X					Días al mes	
	Empedrado				4X4						Culturales	Día inicio: 7 de Junio
	Sendero				Tren							Día fin: 29 de Junio
Acuático	Marítimo				Barco						Naturales	
					Bote							
	Fluvial				Canoa						Horas al día	
					Otro							
Aéreo					Avión						Culturales	Hora inicio: 08:00
					Avioneta							Hora fin: 23:00
						Helicóptero					Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones												
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa Los Lagos</i>												
Desde: <i>Quito</i>			Hasta: <i>Otavallo</i>			Distancia: <i>60 km</i>			Frecuencia: <i>15 min.</i>			
8. Infraestructura básica												
Agua potable		<input type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe				
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe				
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe				
Precio		<input type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No		Valor: <i>No aplica</i>						
9. Asociación con otros atractivos												
Nombres: <i>Iglesia Matriz de Tabacundo</i>						Distancia: <i>El desfile principal pasa por el lugar</i>						
10. Difusión del atractivo												
<input type="checkbox"/> Local			<input type="checkbox"/> Provincial			<input checked="" type="checkbox"/> Nacional			<input type="checkbox"/> Internacional			
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos												
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador												

Figura 95 Ficha de observación 06

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:07		Fecha: 09/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Fiestas de Cantonización</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Manifestaciones Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle: <i>Simón Bolívar</i>	Transversal:	Número:
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>0 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.341 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>5 a 25°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Su festejo se desarrolla entre el 9 y 26 de Septiembre, este año celebrarán los 106 de cantonización, son parte de la cultura tabacundeña, donde participan distintas entidades privadas y públicas que aportan al desarrollo social y económico.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>En años anteriores, se aprovechaban estas fechas para elegir a la reina mundial de la rosa, pero en el año 2015 Tabacundo se convirtió en sede de la I Feria Mundial de la Rosa, gracias a reconocimientos internacionales que ha recibido gracias a la exportación de flores, entre ellas la más importante la "Capital Mundial de la Rosa".</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Las fiestas que se celebran en la actualidad, difieren un poco de la original, por varios factores como la aculturación, ya que se va adaptando año a año.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Por el paso de los años en las diferentes casas e inclusive en el parque central Homero Valencia se han dado diferentes cambios</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso											
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso	
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año	
Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X				17 días al año	
	Lastrado				Automóvil	X				Días al mes	
	Empedrado				4X4					Culturales	Día inicio: 9 Sep.
	Sendero				Tren						Día fin: 26 Sep.
Acuático	Marítimo				Barco					Naturales	
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Horas al día	
					Otro						
Aéreo					Avión					Culturales	Hora inicio: cualquier hora
				Avioneta					Hora fin: cualquier hora		
					Helicóptero					Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones											
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa Aerotaxi</i>											
Desde: <i>Quito</i>		Hasta: <i>Otavaló</i>			Distancia: <i>60 km</i>			Frecuencia: <i>15 min.</i>			
8. Infraestructura básica											
Agua potable		<input checked="" type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe			
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe			
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe			
Precio		<input type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No		Valor: <i>No aplica</i>					
9. Asociación con otros atractivos											
Nombres: <i>Fiestas de la cosecha</i>					Distancia: <i>No aplica</i>						
10. Difusión del atractivo											
<input type="checkbox"/> Local		<input checked="" type="checkbox"/> Provincial			<input type="checkbox"/> Nacional			<input type="checkbox"/> Internacional			
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos											
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador											

Figura 96 Ficha de observación 07

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:08		Fecha: 26/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Desfile de la Cosecha</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Manifestaciones Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle: <i>Simón Bolívar</i>	Transversal:	Número:
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>0 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.341 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>5 a 25°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Esta celebración se remonta a la época precolombina, representa el agradecimiento de los pobladores hacia la madre tierra por las cosechas recibidas, además se realizan los tradicionales toros de pueblo, ferias y exposiciones que impulsan la oferta gastronómica de la zona.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>El último día de las fiestas de Cantonización, se celebra esta fiesta que es el 26 de Septiembre de cada año, donde participan todas las parroquias del cantón, resaltando los productos agrícolas que siembran.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Por e interés e involucramiento de los pobladores se mantienen este tipo de tradiciones que forman parte de la identidad cultural de Tabacundo.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Por el paso de los años en las diferentes casas, calles, y otros se han dado diferentes cambios que se van adaptando a construcciones modernas y de la zona tipo campestres.</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso											
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso	
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año	
Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X				1 día la año	
	Lastrado				Automóvil	X				Días al mes	
	Empedrado				4X4					Culturales	Día inicio: 26 Sep.
	Sendero				Tren						Día fin: 26 Sep.
Acuático	Marítimo				Barco					Naturales	
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Horas al día	
					Otro						
Aéreo					Avión					Culturales	Hora inicio: Todo el día
					Avioneta						Hora fin: Todo el día
					Helicóptero					Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones											
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa Los Lagos</i>											
Desde: <i>Quito</i>		Hasta: <i>Tabacundo</i>			Distancia: <i>60 km</i>		Frecuencia: <i>15 min.</i>				
8. Infraestructura básica											
Agua potable		<input type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe			
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input type="checkbox"/> No existe			
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe			
Precio		<input type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No		Valor: <i>No aplica</i>					
9. Asociación con otros atractivos											
Nombres: <i>Fiestas de Cantonización</i>					Distancia: <i>No aplica</i>						
10. Difusión del atractivo											
<input type="checkbox"/> Local		<input type="checkbox"/> Provincial			<input checked="" type="checkbox"/> Nacional		<input type="checkbox"/> Internacional				
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos											
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador											

Figura 97 Ficha de observación 08

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°:09		Fecha: 23/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Fiestas de la Santísima Virgen de la Natividad</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Manifestaciones Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad:
Calle: <i>Luis Freire</i>	Transversal: <i>Jaramillo</i>	Número: <i>27</i>
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>0 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.341 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>5 a 25°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>La virgen de la Natividad representa a los seguidores católicos, para quienes el aspecto religioso forma parte de su cultura, los feligreses son participes de las diferentes actividades que se den en su nombre, cuya imagen está ubicada en el Santuario Diocesano mejor conocido como la iglesia de Tabacundo.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Cada 23 de Noviembre, todos los feligreses del sector y zonas aledañas acuden a las Fiestas de la Santísima Virgen de la Natividad, día en que se inició su construcción.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: La fe que guardan los feligreses de esta virgen, son quienes no dejan que esta fiesta se pierda, más bien cada año fomentan la participación en la misma.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input checked="" type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Por el paso de los años en las diferentes casas e inclusive en el parque central Homero Valencia se han dado diferentes cambios en sus fachadas y material de construcción.</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso												
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso		
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año		
Terrestre	Asfaltado	X			Bus		X				2 días	
	Lastrado				Automóvil		X				Días al mes	
	Empedrado				4X4						Culturales	Día inicio: 22 Noviembre
	Sendero				Tren							Día fin: 23 Noviembre
Acuático	Marítimo				Barco						Naturales	
					Bote							
	Fluvial				Canoa						Horas al día	
					Otro							
Aéreo					Avión						Culturales	Hora inicio: 06:00
					Avioneta							Hora fin: 24:00
					Helicóptero						Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones												
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa Transnues</i>												
Desde: <i>Tabacundo</i>			Hasta: <i>La Esperanza</i>			Distancia: 26 km			Frecuencia: 20 min.			
8. Infraestructura básica												
Agua potable		<input type="checkbox"/> Entubada		<input type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe				
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado		<input type="checkbox"/> No existe						
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input type="checkbox"/> No existe				
Precio		<input type="checkbox"/> Si		<input type="checkbox"/> No		Valor: <i>No aplica</i>						
9. Asociación con otros atractivos												
Nombres: <i>Iglesia Matriz de Tabacundo</i>						Distancia: <i>Adjunta al museo</i>						
10. Difusión del atractivo												
<input checked="" type="checkbox"/> Local			<input type="checkbox"/> Provincial			<input type="checkbox"/> Nacional			<input type="checkbox"/> Internacional			
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos												
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador												

Figura 98 Ficha de observación 09

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE		
Ficha de observación para atractivos turísticos-Tabacundo		
Ficha N°: 10		Fecha: 23/Septiembre/2016
1. Datos generales		
Encuestador	<i>Espín Gabriela, Panata Gabriela</i>	
Supervisor evaluador	<i>Msc. Carlos Novoa</i>	
Nombre del atractivo	<i>Molino El Cucho</i>	
Propietario	<i>Público</i>	
Categoría	<i>Manifestaciones Culturales</i>	
2. Ubicación		
Provincia: <i>Pichincha</i>	Cantón: <i>Pedro Moncayo</i>	Localidad: <i>San Luis de Ichisí</i>
Calle:	Transversal:	Número:
3. Centro urbano más cercano al atractivo		
Nombre del poblado: <i>Tabacundo</i>	Distancia: <i>5 km</i>	
4. Características físicas del atractivo		
Altitud: <i>2.300 m.s.n.m promedio</i>	Temperatura: <i>4 a 23°C</i>	
5. Calidad		
5.1 Valor intrínseco		
<i>Hace más de 150 años, sirvió como molino para los granos que se cosechaban en la zona, está formado por dos piedras perforadas en el medio por un tubo, para que sus aspas funcionen correctamente debe correr el agua que vienen desde río Granobles; en esta antigua construcción se originaron algunas leyendas como: el padre mercedario, el canto de la sirena y un eco doloroso.</i>		
5.2 Valor extrínseco		
5.2.1 Uso simbólico		
<i>Actualmente sus instalaciones están casi abandonadas en su totalidad, ya que acuden a moler granos esporádicamente.</i>		
5.2.2 Estado de conservación del atractivo		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: Debido a que ya no acuden personas a moler como lo hacían en la antigüedad, no se realiza un mantenimiento continuo.</i>		
5.2.3 Estado de conservación del entorno		
<input type="checkbox"/> Alterado	<input type="checkbox"/> No alterado	
<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input type="checkbox"/> Conservado	
<input checked="" type="checkbox"/> En proceso de deterioro		
<i>Causas: De igual forma sus alrededores como la sequía que conduce el agua está deteriorándose, es importante tomar acciones frente a estos problemas.</i>		

Continúa 

6. Infraestructura vial y de acceso											
Tipo	Subtipo	Estado de las vías			Transporte	Frecuencia				Temporalidad de acceso	
		B	R	M		Diario	Semanal	Mensual	Eventual	Días al año	
Terrestre	Asfaltado				Bus					<i>Todos los días</i>	
	Lastrado				Automóvil			X		Días al mes	
	Empedrado		X		4X4				X	Culturales	Día inicio: <i>Lunes</i>
	Sendero				Tren						Día fin: <i>Domingo</i>
Acuático	Marítimo				Barco					Naturales	
					Bote						
	Fluvial				Canoa					Horas al día	
					Otro						
Aéreo					Avión					Culturales	Hora inicio: <i>Cualquier hora</i>
					Avioneta						Hora fin: <i>Cualquier hora</i>
					Helicóptero					Naturales	
7. Ruta de los buses desde poblaciones											
Nombre de la ruta: <i>Cooperativa Mojanda</i>											
Desde: <i>Tabacundo</i>			Hasta: <i>La Esperanza</i>			Distancia: <i>25 km</i>		Frecuencia: <i>15 min.</i>			
8. Infraestructura básica											
Agua potable		<input type="checkbox"/> Entubada		<input checked="" type="checkbox"/> Tratada		<input type="checkbox"/> De pozo		<input type="checkbox"/> No existe			
Energía eléctrica		<input type="checkbox"/> Generador		<input type="checkbox"/> Sistema interconectado				<input checked="" type="checkbox"/> No existe			
Alcantarillado		<input type="checkbox"/> Red pública		<input type="checkbox"/> Pozo ciego		<input type="checkbox"/> Pozo séptico		<input checked="" type="checkbox"/> No existe			
Precio		<input type="checkbox"/> Si		<input checked="" type="checkbox"/> No		Valor: <i>No aplica</i>					
9. Asociación con otros atractivos											
Nombres: <i>Loma de Cananvalle</i>						Distancia: <i>1 km.</i>					
10. Difusión del atractivo											
<input checked="" type="checkbox"/> Local			<input type="checkbox"/> Provincial			<input type="checkbox"/> Nacional		<input type="checkbox"/> Internacional			
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos											
Msc. Carlos Novoa Supervisor Evaluador											

Figura 99 Ficha de observación 10

3.3.4. Evaluación de los atractivos turísticos

Tabla 49

Grado de interés de los atractivos naturales-Turistas de Tabacundo

Grado de interés de los atractivos naturales	Lagunas de Mojanda (%)	Cerro Yanahurco (%)	Loma de Cananvalle (%)
Nada interesado	4,4	0	0
Poco interesado	4,4	2,9	5,9
Medio interesado	23,5	38,2	39,7
Interesado	52,9	51,5	36,8
Muy interesado	11,8	4,4	17,6
No conoce	2,9	2,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

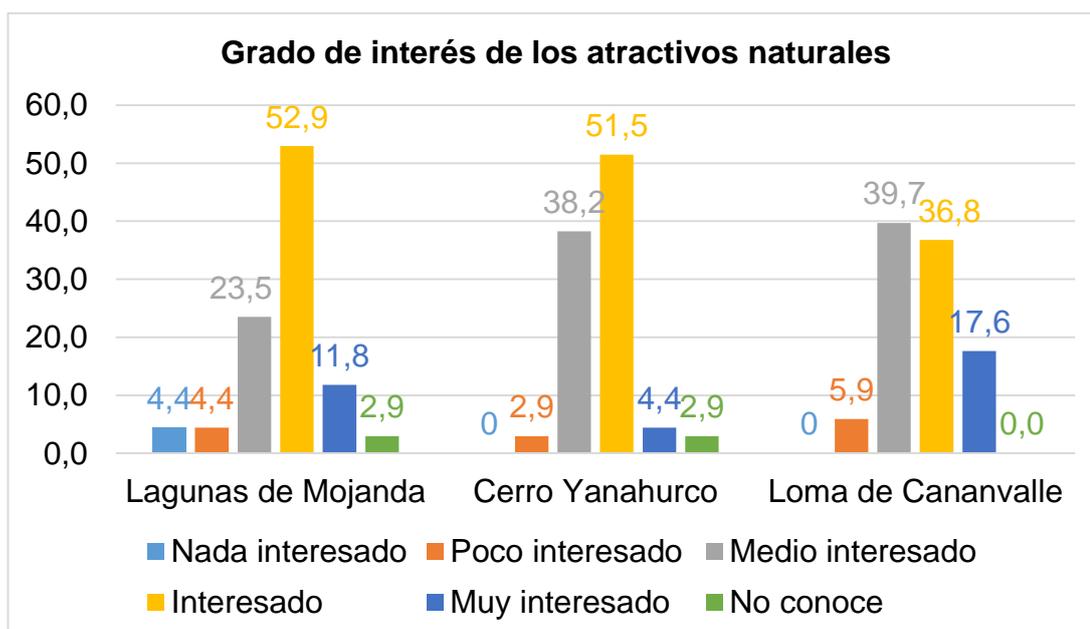


Figura 100 Grado de interés de los atractivos naturales-Turistas de Tabacundo

Complementando este aspecto, es ineludible identificar el grado de interés de los turistas, según el Proyecto Estratégico de Desarrollo Turístico CPM realizado por el GAD de Pedro Moncayo, considera a tres lugares como atractivos naturales, en primera instancia y por su valor ecológico e hidrológico están las Lagunas de Mojanda, consideradas una de las más importantes y

representativas de los humedales en Ecuador, ubicadas entre el límite de Pichincha e Imbabura, con una superficie de 1064 hectáreas, se revela que los visitantes están interesados por este lugar con un 52,9%, siendo la más alta, esto concuerda con los resultados arrojados con la interrogante acerca del tipo de turismo preferido por el turista, donde el turismo natural ocupa el segundo lugar, complementando con el 23,5% equivalente a un grado de interés medio, mientras que las personas que están muy interesadas representan al 11,8%, es importante recalcar que este atractivo arroja los datos más altos en este grupo, al ser un lugar apartado lejos de la zona urbana brinda al turista un espacio tranquilo y relajado, donde se puede practicar varias actividades como: trekking, recorrido por ciclo senderos, además que poseen paisajes impresionantes y mágicos donde se puede realizar avistamiento de flora y fauna.

Por otra parte el Cerro Yanahurco muestra el dato más representativo con el 51,5% correspondiente a la variable interesado, esto se debe a su ubicación en el nudo Mojanda-Cajas, desde donde se puede observar panorámicamente una de las lagunas. Adicionalmente la Loma de Cananvalle no deja de llamar la atención de la demanda turística, ya que del total el 36,8% manifiesta estar interesado por la mismo, cuyo interés se debe a la importancia cultural que tiene, ya que antiguamente era la Gran Huaca Tola considerada una construcción importante para el pueblo Caras de donde se desprende una hacienda con el mismo nombre.

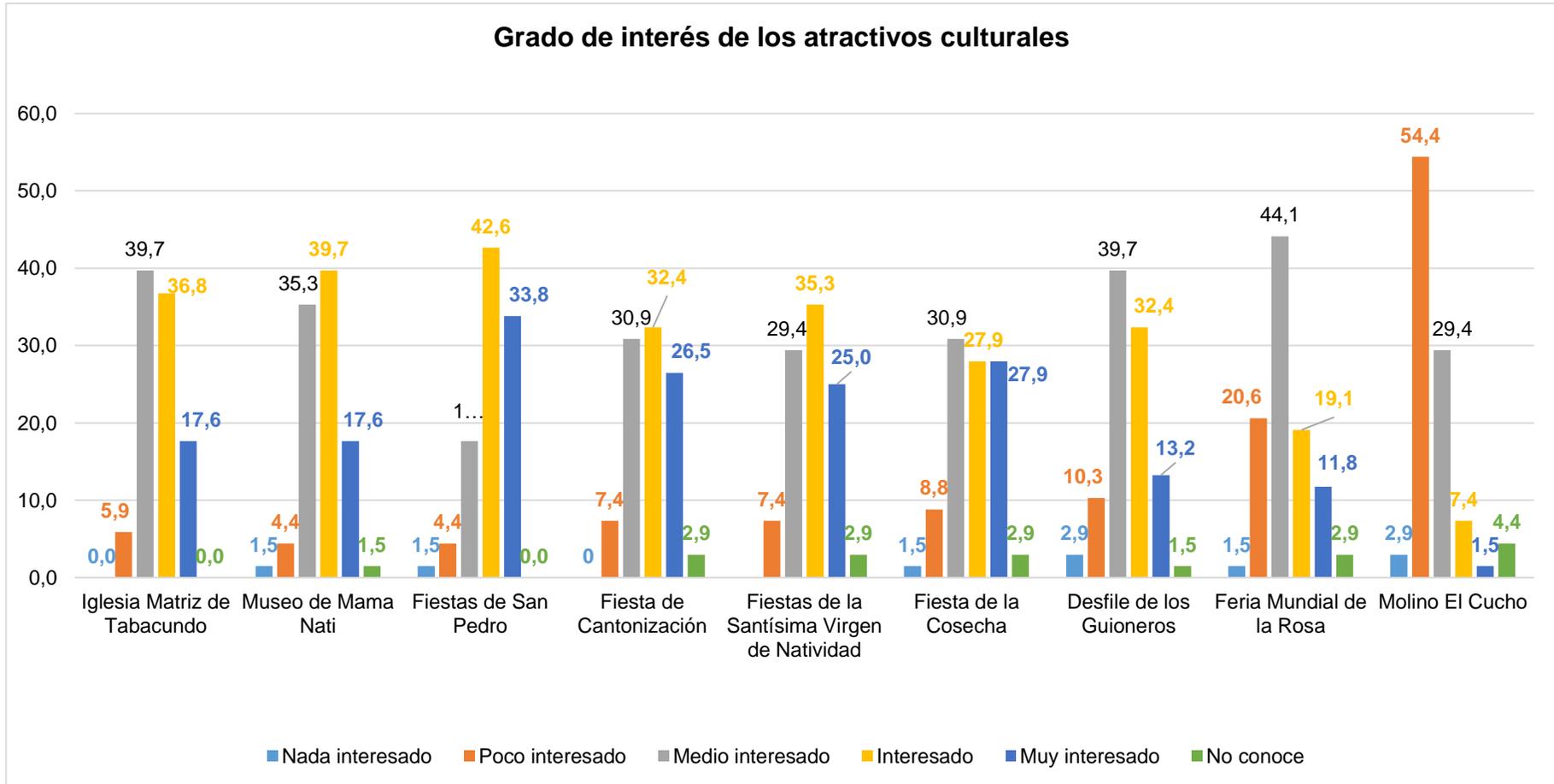


Figura 101 Grado de interés de los atractivos culturales-Turistas de Tabacundo

Para finalizar este aspecto, es preciso y necesario identificar cuál es el atractivo cultural que causa mayor interés y el ¿por qué? , en efecto se analizarán nueve atractivos, el primero es la Iglesia Matriz de Tabacundo también conocida como Santuario Diocesano, construida en el año 1887, es la tercera reconstrucción ya que por terremotos las dos anteriores desaparecieron, de tal manera el 36,8% muestra estar interesado por este templo, mientras que el 39,7% representa un interés medio, es importante remarcar que el 0% es decir ningún encuestado manifestó no estar nada interesado, lo cual indica que los visitantes que concurren a esta zona, consideran a esta iglesia como un lugar complementario, ya que lo visitan de paso cuando asisten a otro tipo de eventos como las fiestas y desfiles. En segundo lugar está el Museo de Mama Nati cuyo nombre es en honor a la Santísima Virgen de la Natividad, su antigüedad sobrepasa los 400 años, un 39,7% de turistas manifiestan estar interesados en conocer más sobre el lugar, esto se debe en parte a que el horario de atención del lugar es solo los domingos a partir de las 10h30, pero hay que recalcar que no siempre mantienen este horario.

En siguiente lugar se encuentran las Fiestas de San Pedro, remontándose a la época pre-inca donde rendían culto a los solsticios y equinoccios donde fusionaron con las creencias religiosas a raíz de la conquista española, misma que se ha celebrado de generación tras generación, es por esta razón que el pasado Junio del 2016, fue declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, cuya distinción fue otorgada por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, al ser una celebración que demuestra la identidad y pertenencia de sus pobladores, la misma representa un mayor grado de interés en el grupo con el 42,6%, relacionado estrechamente con el tipo de turismo preferido por parte del turista, donde el turismo cultural ocupa el primer lugar con más del cincuenta por ciento, abarcando fiestas y celebraciones de este tipo.

La Fiesta de Cantonización, es el siguiente atractivo analizado, los turistas muestran estar interesados con un 32,4%, es celebrada en el mes de septiembre del 9 al 26, se debe acotar que en este último día de festejo se desarrolla la Fiesta de la Cosecha que equivale al 27,9% en la variable interesados, esta fusión de costumbres y tradiciones se dan con el fin de agradecer a la madre tierra por las cosechas recibidas, las mismas que tienen gran acogida en la audiencia por el contenido que poseen, donde se promocionan toros populares, ferias de artesanías y una variada oferta gastronómica, características que son el punto central de atención para turistas nacionales que viajan desde Quito, Ibarra y pueblos aledaños como Cayambe y Otavalo.

En el mes de Noviembre se conmemora la Fiesta de la Santísima Virgen de la Natividad, en honor a la virgen del mismo nombre, que está arraigada a creencias religiosas, los tabacundeños cada año llevan a cabo la organización y festejo, ya que se ha convertido en parte esencial de su cultura y a su vez atrae la atención de los feligreses que asisten en estas fechas, por esta razón este grupo ocupa el cuarto lugar en la variable interesados con el 32,4%. Adicionalmente el desfile de los Guioneros está de igual forma relacionado estrechamente con creencias religiosas, celebrado el domingo de resurrección, los turistas manifiestan con un 27,9% estar interesados por este festejo, mientras que tan solo el 2,5% representa a la variable nada interesado, esto se debe a la acogida que tienen las celebraciones de índole religiosa por adultos mayores que gustan de este tipo de manifestaciones.

La Feria Mundial de la Rosa, representa al 44,1% referente a la variable medio interesado, mientras que tan solo el 2,9% no sabían acerca del mismo. Esto se debe a que la primera edición se desarrolló en el 2015, en el mes de mayo, que incluyó algunas actividades como el: tour de la rosa, cumbre mundial de la rosa y la elección de la reina mundial de la rosa que se venía dando anteriormente en la fiesta de cantonización. El alcalde Frank Gualsaquí manifestó que todo se realizó con el fin de posicionar a Tabacundo como un destino turístico, para incursionar en este sector como una alternativa de

actividad económica, aprovechando su ventaja principal, al ser conocida como la “Capital Mundial de la Rosa”, todo esto se complementa con manifestaciones culturales y atractivos naturales, cuyo monto de inversión fue de 152.255,00 dólares, lamentablemente la segunda edición a realizarse en el año 2016 fue cancelada por el terremoto de abril.

En última instancia pero no por eso el menos importante, está el Molino El Cucho, ubicado en la comunidad de San Luis de Ichisí parte de las 17 comunidades que conforman Tabacundo, muestra al 54,4% equivalente a la variable poco interesado, mientras que al contrario solo el 7,4% muestra interés por el mismo, esto se debe a la poca difusión y promoción que tiene, ya que inclusive algunos pobladores del sector no sabían de la existencia del mismo, pero es considerado un importante vestigio de piedra que por más de 150 años ha servido para moler granos de maíz.

Tabla 51

Conocimiento de los atractivos turísticos- Pobladores de Tabacundo

Atractivos turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Lagunas de Mojanda	81	94,2
Cerro Yanahurco	39	45,3
Loma Cananvalle	75	87,2
Iglesia Matriz de Tabacundo	86	100,0
Museo Mama Nati	70	81,4
Fiestas de San Pedro	86	100,0
Fiestas de Cantonización	86	100,0
Fiestas de la Virgen Mama Nati	86	100,0
Fiestas de la Cosecha	83	96,5
Desfile de los Guioneros	58	67,4
Feria Mundial de la Rosa	71	82,6
Molino El Cucho	32	37,2

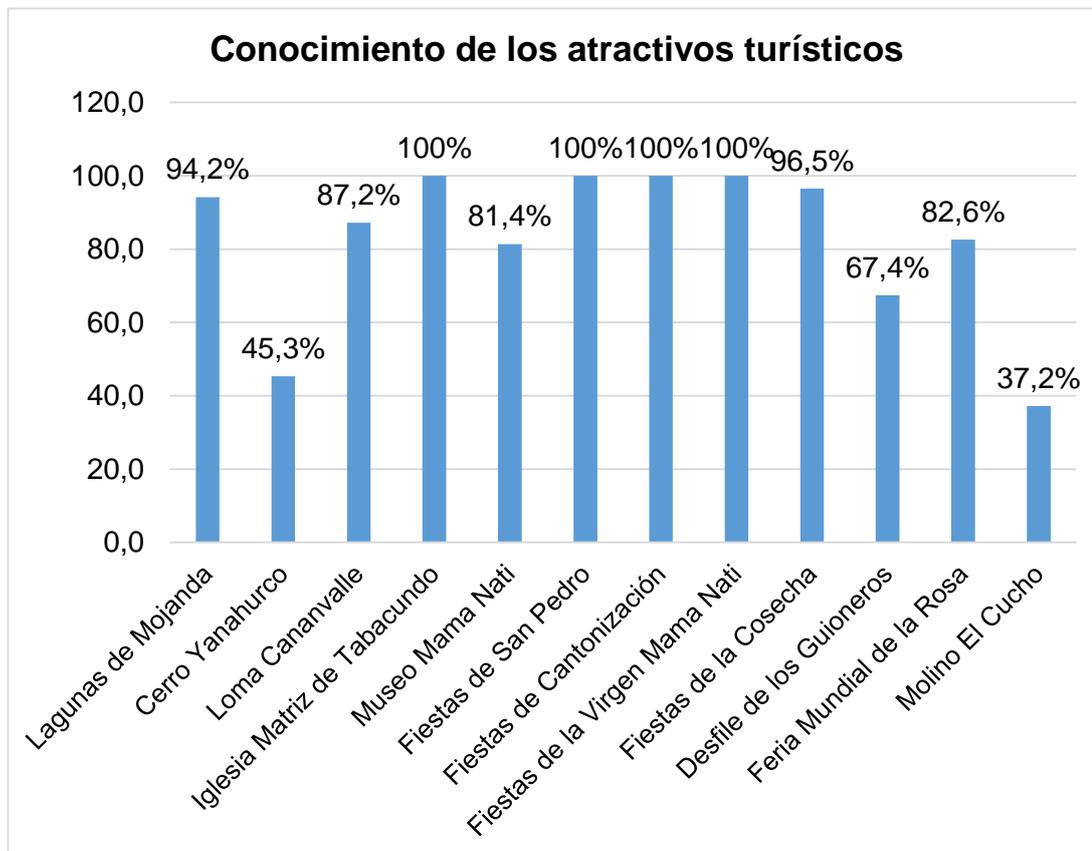


Figura 102 Conocimiento de los atractivos turísticos- Pobladores de Tabacundo

El objetivo de esta pregunta es establecer qué atractivos turísticos de Tabacundo identifican sus pobladores, en respuesta el 100% de los pobladores indican haber participado de las fiestas de San Pedro, las de Cantonización y las de la Virgen Mama Nati y conocer la iglesia Matriz de Tabacundo, la cual a propósito está ubicada en el parque principal llamado Homero Valencia, seguidos por el 96,5% que reconocen las fiestas de la cosecha, en consecuencia el turismo cultural se constituye como el preferido a nivel local; cabe hacer hincapié en que la parroquia en estudio aprovecha más sus recursos culturales antes que los naturales, con excepción del sistema lacustre Mojanda-Cajas, el cuál es el único con un porcentaje notable de reconocimiento por parte de los pobladores ya que un 94,2% ha estado en el mismo, entonces se puede afirmar que estos son los seis atractivos mejor posicionados con los que se ha aprovechado el turismo local.

A los atractivos expuestos les siguen la Loma Cananvalle con un 87,2%, la Feria Mundial de la Rosa con un 82,6% y el museo Mama Nati con un 81,4%, estos tres atractivos del 80% al 90% de pobladores los reconoce, en torno a estos porcentajes se puede establecer estrategias mediante las cuales los pobladores incrementen el turismo en estos sitios, dado que el museo de Mamá Nati se encuentra junto a la Iglesia Matriz; sin embargo, la diferencia en el grado de conocimiento entre estos dos es casi el 20% y esto puede deberse a la escasa publicidad que existe del mismo, punto que se puede mejorar a través de publicidad; refiriéndose a la Feria Mundial de la Rosa sería oportuno que los pobladores participen incluso como prestadores de servicios en la misma, dado que esta acoge a personas a nivel internacional y en cuanto a la loma de Cananvalle es uno de los pocos atractivos naturales a los que se podría apostar.

Los atractivos menos conocidos son el Desfile de los Guioneros con un 67,4%, el Cerro Yanahurco con un 45,3 y Molino El Cucho con un 37,2%; estos valores sirven para identificar a estos atractivos como prioritarios y hacerlos parte de la promoción que se da a otros que ya están establecidos como destino a nivel local, por ejemplo el cerro Yanahurco por su ubicación geográfica puede establecerse como una parada o un mirador previo a la visita de las lagunas de Mojanda, el desfile de los Guioneros por ser una fiesta religiosa se podría promocionar al mismo público que participa en la celebración a Mama Nati y para finalizar el Molino El Cucho puede ofrecerse como una alternativa y punto de descanso en la loma Cananvalle.

3.4. Organismo regulador

3.4.1. Entrevista al GAD de Pedro Moncayo

Nombre del entrevistado/a: Héctor Menchero

Cargo que desempeña: Director de la Unidad de Capacitación Internacional

1. ¿Qué cree usted que le hace falta a Tabacundo para ser frecuentado?

Una mayor promoción de los atractivos existentes, para estar cerca de Quito si hay atractivos pero no están nada promocionados, algunos se administran por parte del Consejo Provincial y eso los vuelve inoperativos, aparte de todo el problema que de por sí tenemos al ser entidades públicas.

2. ¿Está de acuerdo con la creación de nuevas leyes turísticas con las cuales la municipalidad designe un mayor presupuesto para fomentar el turismo?

Una de las líneas a tomar en cuenta es la transferencia de recursos esto en el tema turístico si está afectando negativamente, estamos en un momento de recorte presupuestario y nos da desventaja, lo que se está haciendo es descentralizar la pobreza y centralizar algunas competencias pero sin recursos; en el tema de turismo está muy bien la descentralización, pero que nos llegue sin recursos está generando ciertos problemas sobre todo en el momento en que hay un recorte presupuestario hacia los municipios de todo el país con aproximadamente 30% o 33% menos, entonces asumir en este momento competencias que estén contempladas en el Código Orgánico de Organización Territorial (COOTAD) no nos viene muy bien. Estoy de acuerdo en que se creen nuevas leyes turísticas en base a las competencias, pero no se puede asignar un mayor presupuesto para fomentar el turismo, necesitaríamos ayuda del Mintur y éste no puede responder a todos los municipios. De todas maneras el tema del turismo en Ecuador ha generado expectativas con el tema del cambio en la matriz productiva pero tenemos grandes competidores alados Perú y Colombia.

3. ¿Cree usted que se debería convocar a la inversión extranjera para ser un atractivo turístico de mayor impacto?

Sí, los países que tienen más turismo ha sido gracias a la inversión extranjera, por ejemplo España al año sobrepasa los 30 millones de turistas; pero hay que tomar en cuenta dos tipos de desarrollo turístico, el empobrecedor tipo República Dominicana que tiene cuatro espacios para hacer turismo y el resto desolado, porque la inversión extranjera tiene doble

filo solo invierte en unos polos para que haya un desarrollo turístico y se lleva la mayor parte del beneficio, y el otro tipo de desarrollo turístico puede ser fomentar la inversión extranjera pero con apoyo del Mintur o empresas ecuatorianas así se fomenta más el progreso local; además se quiera o no son las empresas internacionales las que se encargan de promocionar el país gracias a sus intereses.

4. ¿Qué le hace falta a la infraestructura turística según su apreciación?

A nivel general en el cantón Pedro Moncayo hace falta trabajar bastante, en otros términos como se suele decir estamos en pañales y no es solo el crecimiento de la infraestructura turística sino la coordinación del mismo, por ejemplo el crear circuitos con todos los servicios; ocurre que en el cantón si existe infraestructura turística y lo que se llama hitos turísticos pero no hay una red que los coordine, entonces hay que reconocer que ese es un error nuestro, no se ha realizado el suficiente esfuerzo a pesar de que no se necesita gran cantidad de capital sino más bien de priorización.

5. ¿Piensa usted que debe regenerarse el acceso hacia todos los atractivos de la zona para así aumentar la atención del sector turístico?

En principio sí, pero aumentar la atención del sector turístico conllevaría a una mayor presión de las personas que vienen a hacer turismo y tenemos dos espacios que son vulnerables en términos de sostenibilidad, son las lagunas de Mojanda y el bosque protector Jerusalén, hay que preguntarse ¿Cuánto nos interesa llenar de gente estos atractivos? no es colmar estos atractivos, porque se generaría un deterioro ambiental que a mediano o largo plazo ocasionaría que dejen de ser un polo de atracción; entonces estaría bien regenerar el acceso pavimentando o asfaltando siempre y cuando haya un control de las actividades turísticas y del número de personas que pueden acceder.

6. ¿Cuáles son las dificultades que se perciben a la hora de desarrollar el turismo?

Falta de inversión sea por parte del Mintur o por empresas extranjeras y la falta de articulación ya que con los recursos económicos, humanos e infraestructura, en sí no existe un engranaje, un actuar en conjunto para que nos posibilite un desarrollo turístico de bajo perfil.

7. Según su punto de vista, cuáles son las fortalezas y debilidades de Tabacundo

Reitero lo mencionado en la pregunta anterior y añado el desarrollo urbanístico que ha experimentado en los últimos 15 años, este ha sido catastrófico y ahora arreglar todo eso para dejarlo bien monitoreado es realmente muy complicado, es un crecimiento empobrecedor la gente habla de bancos, entidades financieras, hospitales y demás servicios que están en Cayambe; a esto se suma que no se ha priorizado la promoción turística, hay atractivos con un valor arqueológico y natural impresionante pero si se los busca en internet no hay nada, esto en otros países ya lo hubieran sacado provecho.

En cuanto a fortaleza sería que si hay atractivos turísticos, de carácter cultural por ejemplo ahora tenemos la existencia de un patrimonio intangible del Ecuador es decir las fiestas de San Pedro, hemos llegado a ese rango y promocionarlo si traería gente y de hecho las fiestas que vengan a posteriori tendrán mayor participación, a esto se suma la existencia de otros hitos por ejemplo la iglesia Matriz, de hecho Ecuador tiene iglesias mucho más bonitas por lo que en eso no vamos a poder competir al menos teniendo a El Quinche cerca, a nivel provincial no se compite en turismo religioso , pero si se fomenta el turismo local por la afinidad que tienen los pobladores con la religión y con Mama Nati. Otra fortaleza sería el número de habitantes, somos pocos se podría realizar una generación de 5000 empleos que en Quito no serían nada pero aquí estaríamos celebrando.

8. ¿Cree usted que haya la posibilidad de incursionar en proyectos que relacionen a las florícolas con el turismo dentro de la parroquia?

Anteriormente ya habían proyectos en los que se podría participar pero las florícolas tienen una dimensión más multinacional han tenido algunas experiencias; sin embargo, no se han consolidado del todo porque manejan el tema de utilización de químicos, condiciones laborales complicadas, etc. En consecuencia el turismo en ese ámbito no es tan factible.

9. ¿Cuál es la primera imagen que se le viene a la mente cuando habla de Tabacundo?

La primera imagen que se me viene a la mente son las lagunas de Mojanda, estas son maravillosas para el lugar en el que estamos, hablamos de la Sierra norte del Ecuador cerca de la capital de la República, porque son los mismos aquellos sitios ambientales que podemos encontrar en la Amazonía, hay que valorar el sitio en el que estamos a una hora y cuarto de Quito.

10. ¿Cuál es el valor diferenciador que posee frente a otros destinos del Ecuador?

Articulándolo en función del contexto en el que estamos Napo, Orellana, etc. pueden tener cosas más impactantes pero están lejos de los centros poblados más importantes, nosotros en cambio estamos cerca de Quito con todos los millones de personas que tiene y por ende todo el potencial turístico que posee, entonces el factor diferenciador sería la corta distancia al segundo centro poblado más grande el país.

11. ¿Tiene expectativas para atraer el turismo internacional?

Yo creo que no, debemos optar por el turismo nacional, el de fin de semana con gente que está cansada de la contaminación que tiene la ciudad, que busque respirar aire puro, dar un paseo, que quiera practicar bicicleta, andinismo, observación de flora y fauna, entre otros; en sí, nos podríamos posicionar a nivel internacional como destino arqueológico o natural por las Pirámides de Cochasquí que están cercanas, pero a nivel nacional podríamos optar por posicionarnos en turismo cultural y un poco en turismo natural.

12.¿Qué facilidades hay para el emprendimiento de negocios turísticos u otros negocios?

Desde el punto de vista de esta entidad pública diríamos que sí hay facilidades, pero si llegamos al nivel de prestadores de servicios hay que mencionar que se quejan mucho de la tramitología y por ejemplo en las personas que quieren abrirse camino en el campo turístico, algunas de ellas de escasos recursos y con un nivel educativo de solo la primaria todas estas facilidades se convierten en obstáculos insalvables por lo que deciden botar la toalla; debería haber un acompañamiento para el desarrollo no solamente de negocios turísticos sino de todo emprendimiento empresarial, deberíamos dar más facilidades dentro de las instituciones públicas pero remitiéndome a lo que ya he dicho en una de las primeras preguntas no tenemos ahora mismo ni capacidades ni recursos para llevarlo a cabo.

3.4.2. Evaluación del GAD de Pedro Moncayo

Tabla 52 Desempeño del Municipio- Pobladores de Tabacundo

Acciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelentes	13	15,1
Regulares	69	80,2
Insuficientes	4	4,7
Total	86	100,0

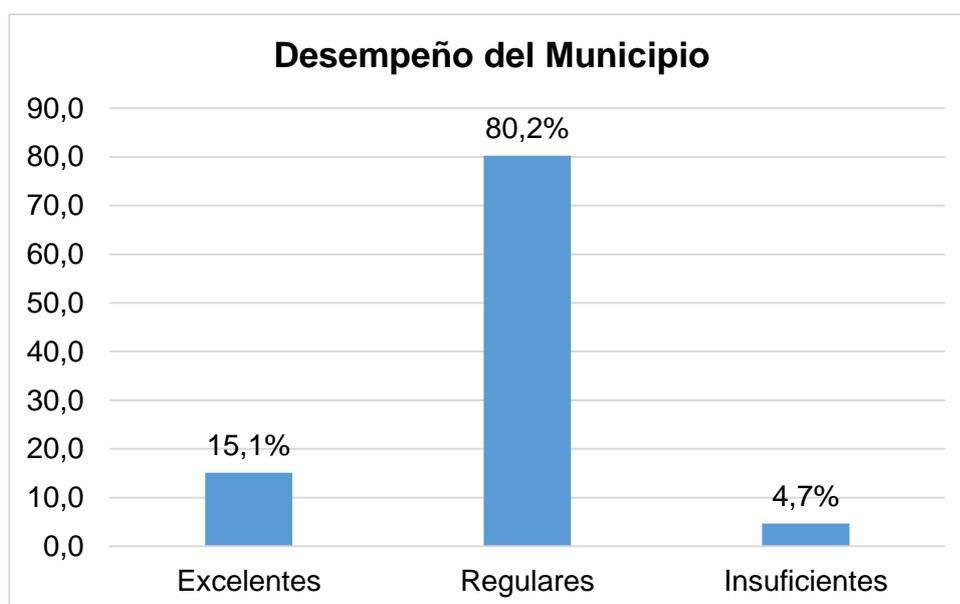


Figura 103 Desempeño del Municipio- Pobladores de Tabacundo

Una de las preguntas establecidas en la encuesta a pobladores fue que evalúen las acciones desempeñadas por el GAD de Pedro Moncayo en el campo turístico, cuya respuesta más representativa es del 80,2% quienes indican que las labores de esta entidad son regulares, seguidas por un 15,1% que las establecen como excelentes y el 4,7% dicen que son insuficientes. Estos resultados concuerdan con lo referido previamente en la entrevista al GAD, es decir no puede haber suficiente inversión en el sector turístico a causa del poco presupuesto que se le otorga al GAD por parte del gobierno, en consecuencia esta es realidad que palpan los pobladores.

La encuesta aplicada a los pobladores contiene una última pregunta abierta que se refiere a las recomendaciones que haría el encuestado para que el turismo se fortalezca como fuente de ingresos y de crecimiento social, como respuesta los tabacundeños reconocen que si se ha aumentado la atención al sector turístico pero que aún falta publicidad y promoción, ya que no lo pueden considerar como fuente principal de sustento sino que recurren a otras actividades, incluso consideran necesario que el GAD incentive al turismo local con campañas de concientización acerca de los recursos que poseen, porque como se evidenció la mayoría están asociados con los atractivos culturales y escasamente conocen la riqueza natural que les rodea, en este ámbito los pobladores piden al GAD también una priorización de recursos turísticos para que también se invierta en su mejora.

Dentro de esta misma pregunta los pobladores sugieren que se tome atención a sus necesidades, ya que muchos de ellos quieren incursionar en el campo turístico pero los trámites toman demasiado tiempo, por lo que piden agilidad y facilidades con créditos, además reconocen no estar lo suficientemente capacitados a lo que recomiendan que el GAD también realice algún tipo de alianza que les beneficie con información acerca de lo rentable que puede ser servicios turísticos.

Tabla 53

Servicios que deben mejorar o implementar-Turistas de Tabacundo

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Establecimiento de hospedaje	12	17,6
Establecimiento de A&B	16	23,5
Agencias de Viajes	7	10,3
Centros de información turística	26	38,2
Medios de transporte	5	7,4
Bancos	2	2,9
Total	68	100,0

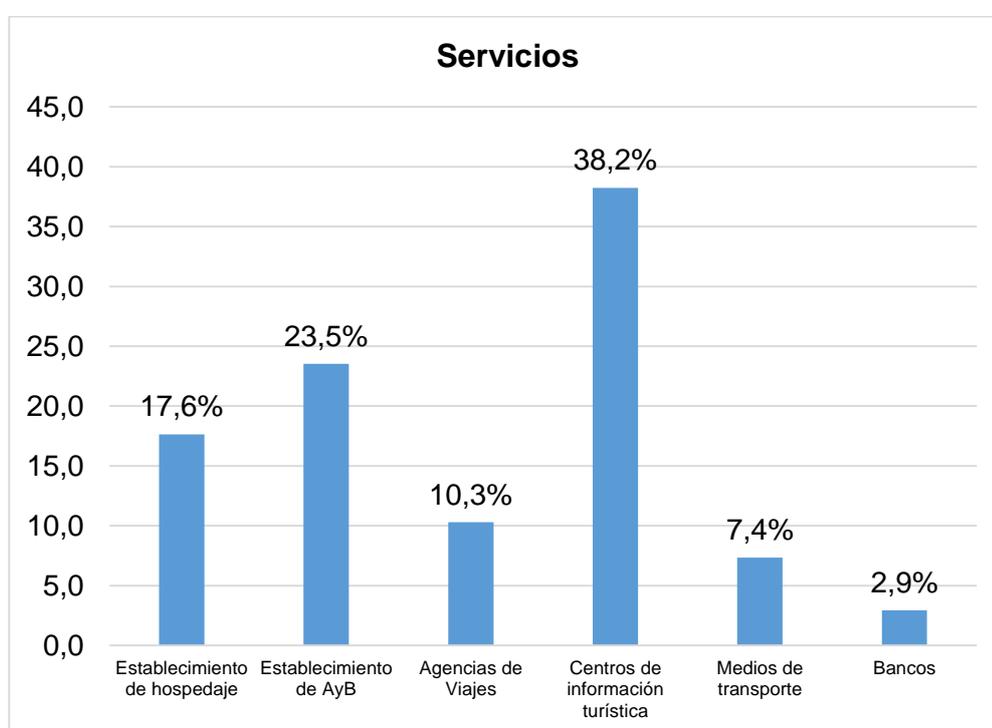


Figura 104 Servicios que deben mejorar o implementar -Turistas de Tabacundo

Dentro de las encuestas dirigidas a los turistas, se planteó la siguiente interrogante ¿cuál de los siguientes servicios considera usted que debería mejorarse o implementarse en la parroquia de Tabacundo?, con el mayor porcentaje de 38,2, se reveló que el centro de información turística, es la característica que consideran que debe implementarse ya que actualmente no cuentan con este servicio, el mismo debería ser creado y desarrollado por el departamento de turismo del GAD de Pedro Moncayo; por otra parte en

segundo y tercer lugar con el 23,5% y 17,6%, piensan que se debe mejorar los establecimientos dedicados a alimentos y bebidas y alojamiento respectivamente, es por esto que la propuesta que se planteará más adelante estará dirigida a fortalecer los servicios que los turistas califican como deficientes o que a su vez ni siquiera existen.

3.5. Medios publicitarios

3.5.1. Percepción de los medios publicitarios existentes

La parroquia de Tabacundo es vendida a través de la publicidad que realiza el GAD de Pedro Moncayo y en menor grado por las actividades que efectúan ciertas entidades privadas, en su mayoría florícolas y empresas que se benefician de este sector, por tanto se puede observar la promoción del sector turístico a través de pocos medios convencionales como:

- Prensa, donde están tomados en cuenta periódicos, revistas y boletines.
- Radio, con espacios publicitarios de promoción a nivel local, sin difusión a nivel provincial y menos nacional.
- Televisión en la que se establecen canales de localidades vecinas, una de ellas Cayambe; sin embargo, están destinados a los televidentes únicamente del sector, en consecuencia Tabacundo se ha promocionado a nivel nacional sólo en ciertos reportajes por parte del MINTUR o con menciones en reseñas de noticieros.

Tabacundo cuenta con escasa promoción turística a través de los medios no convencionales o conocidos como canales Below to Line (BTL) por ser no masivos y saltarse las líneas tradicionales de la publicidad, llegando de forma más personal al consumidor, dentro de estos medios los que emplea la parroquia son:

- Ferias y exposiciones, podría decirse que es el único tipo de publicidad que se efectúa a nivel internacional, representantes de las florícolas viajan a importantes ferias a promocionarse; cabe mencionar a la feria de mayor relevancia dentro de este sector como lo es la Feria Mundial de la Rosa que se realiza anualmente dentro de la parroquia.
- El marketing online a través de la página web del GAD de Pedro Moncayo y la red social facebook tanto del cantón como de la parroquia.
- Vallas publicitarias por parte de los prestadores de servicios a lo largo de la avenida Panamericana Norte con el fin de promocionar sus propios negocios.
- Relaciones públicas, en este caso se tratan de las alianzas que establecen ciertas agencias con los prestadores de servicios de la parroquia.

3.5.2. Evaluación de los medios publicitarios

Para evaluar los medios de comunicación se analizó la percepción que tienen pobladores y turistas de la publicidad que realizan el GAD y los prestadores de servicios, a través de la formulación de una pregunta para cada caso en las respectivas encuestas.

Tabla 54

Medios publicitarios-Turistas de Tabacundo

Medios publicitarios	Frecuencia	Porcentaje
Internet	31	45,6
Radio	27	39,7
Televisión	2	2,9
Agencias de Viajes	2	2,9
Otro	6	8,8
Total	68	100,0

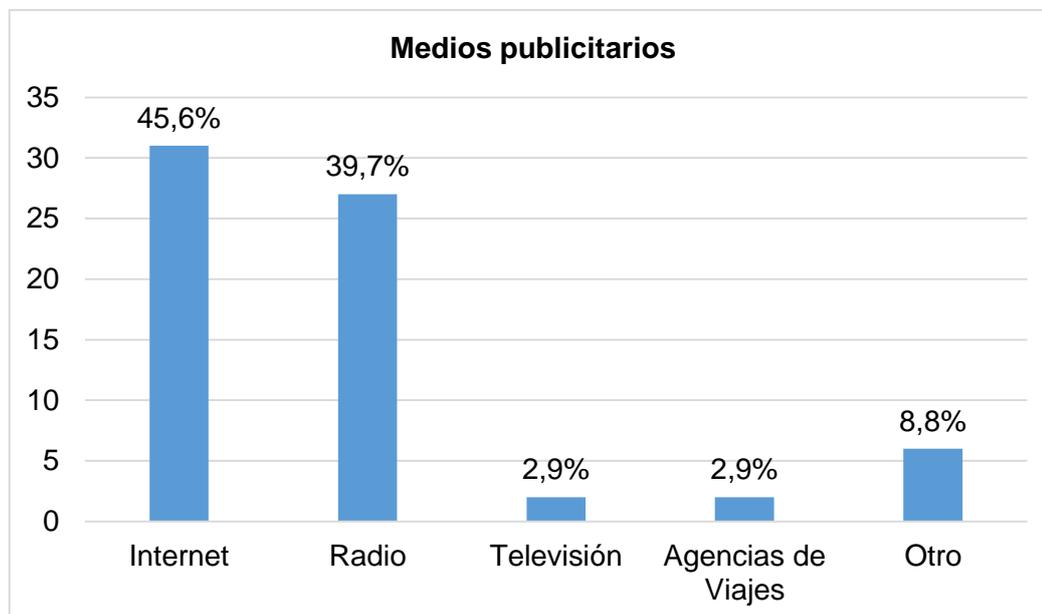


Figura 105 Medios publicitarios-Turistas de Tabacundo

El 45,6% de turistas establecen que se han enterado de los atractivos turísticos de Tabacundo a través del internet, puede deberse a que este medio de comunicación es más económico e inclusive gratuito a esto se suma la ventaja de que tienen cobertura mundial lo que concuerda con la entrevista al GAD de la parroquia quienes informaron que debido al poco presupuesto la publicidad más constante que pueden llevar a cabo es a través de su página web y redes sociales; mientras que un 39,7% establece que ha obtenido información por medio de la radio, tomando en cuenta que la procedencia de los turistas en su mayoría es de Quito, Cayambe e Ibarra se puede determinar que la publicidad en este medio tiene una cobertura solo hacia las ciudades más cercanas; la televisión y agencias de viajes se representan con apenas un 2,9% de turistas en cada caso esto puede deberse a que son los medios más costosos, y para finalizar se infiere que en otros medios hay un porcentaje de 8,8% refiriéndose con ello a la publicidad BTL como las pancartas y vallas publicitarias entre otros.

Tabla 55

Medios publicitarios-Pobladores de Tabacundo

Medios publicitarios	Frecuencia	Porcentaje
Internet	20	23,3
Radio	43	50,0
Televisión	3	3,5
Periódicos o revistas	1	1,2
Folletos o volantes	6	7,0
Pancartas o vallas publicitarias	13	15,1
Total	86	100,0

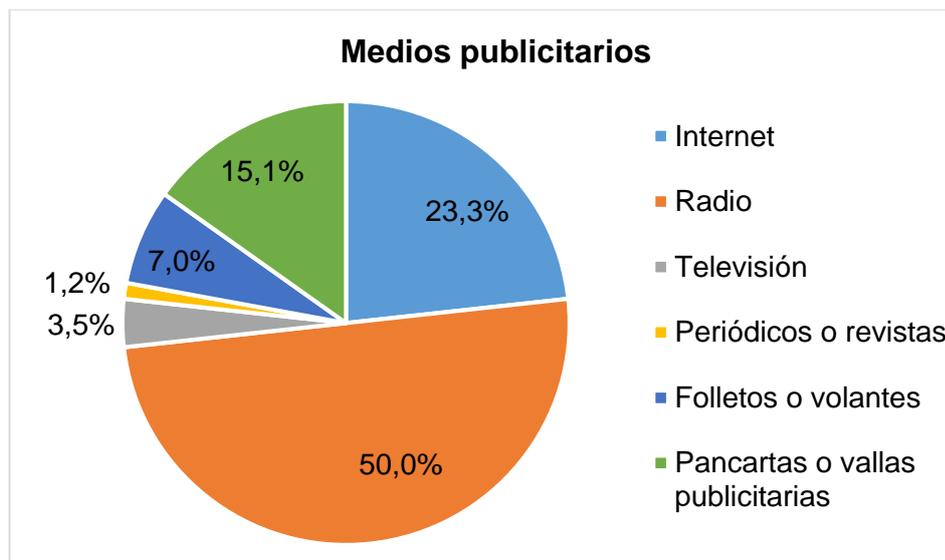


Figura 106 Medios publicitarios-Pobladores de Tabacundo

En cuanto a los pobladores según la encuesta se afirma que el 50% ha escuchado promocionarse a la parroquia a través de la radio, cabe recalcar que en Tabacundo se escuchan las emisoras correspondientes a la región Sierra norte del país, en consecuencia el GAD de Pedro Moncayo estableció una alianza para que se le destinen espacios al cantón en la radio Inti Pacha con frecuencia 88,9 FM cuya sede es en Cayambe, el cantón vecino.

Un 23,3% de encuestados refirieron que saben de la parroquia vía internet, se debe a que en su mayoría ellos son los protagonistas de los eventos y las publicaciones que se encuentran en los sitios online. El 3,5% estableció que la televisión es el medio por el que tiene información de la parroquia, este es un porcentaje bajo ya que como se mencionó solo se establecen ciertas alianzas con el vecino cantón Cayambe, en este caso con el canal Luz de América TV, por el cual se transmiten corta información del cantón o parroquia estudiados. Los periódicos o revistas son los referentes publicitarios para el 1,2%, pero para evaluar estos medios se debe recordar que influye el poder adquisitivo y el nivel de instrucción de la persona el cual no es muy alto en los pobladores aunque tampoco se realiza publicidad en estos medios según el GAD y prestadores de servicios, por el contrario ellos afirman que se promocionan a través de volantes sobre todo cuando es temporada de fiestas en la parroquia, es probable que por esta razón los encuestados que eligieron estos medios suman un 7%. Para finalizar se pudo observar que en Tabacundo existe publicidad sobre todo de las entidades privadas haciendo referencia al servicio que prestan, en su mayoría las que se ubican cerca o en la carretera, en consecuencia, promocionando indirectamente también a la parroquia, a este tipo de publicidad los pobladores otorgaron un 15,1%.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Introducción

Actualmente el turismo se ha convertido en parte fundamental del crecimiento económico de un territorio, generando fuentes de ingreso, en el Ecuador al finalizar el 2016, el sector turístico se posicionó en el tercer rubro de ingresos, detrás del banano y el camarón, lamentablemente el pasado el 16 de abril un terremoto golpeo al país, donde la industria turística se vio fuertemente afectada con pérdidas estimadas por 64,5 millones de dólares, dejando la infraestructura hotelera en gran parte de la zona costera destruida casi totalmente, según el Mintur después de la evaluación del estado de las mismas un 19% de los edificios turísticos colapsaron en su totalidad, arrastrando consigo una disminución de 2.263 plazas de ocupación que representa al 29% del empleo en la zona costera ecuatoriana, disminuyendo ingresos anuales de 51 a 10 millones de dólares.

A pesar de ello, a partir de agosto se percibió un incremento turístico, dado por tres factores: el principal fue por el feriado del 10 de Agosto, arrojando como resultados 939.000 viajes a nivel nacional moviendo alrededor de 46 millones de dólares, en segunda instancia Quito se convirtió en sede mundial de la cumbre Hábitat III en octubre del año pasado, evidenciando un ingreso de casi 12.000 extranjeros, mismos que en un futuro seguramente regresarán, por último está el feriado de cinco días de noviembre dando un giro total en el sector, ya que se registraron 1,3 millones de viajes, mismo que se mostró superior al 2015 con un 78%, mejorando notablemente los ingresos económicos. Se debe acotar que una gran parte de los viajes que se registran en los feriados nacionales, son los desplazamientos alrededor del lugar de residencia, Tabacundo por su ubicación se encuentra entre ciudades

principales como Ibarra y Quito logrando captar el ingreso de los turistas que transitan por la zona. Está cabecera cantonal desempeña un papel de vital importancia, al ser una de las más importantes en la exportación de flores a nivel mundial, además es considerada como la “Capital Mundial de la Rosa”, ventaja que se aprovechó para gestionar la dinamización de la economía local; esto se respalda en los datos que aporta el Mintur ya que 1 de cada 20 empleos en el país es de turismo, aunque en el año pasado se canceló por el terremoto que afectó al país, a este tipo de eventos los asistentes que concurren provienen distintos países a nivel mundial, en consecuencia se practica un turismo de negocios mismo que representan altos ingresos monetarios para la parroquia, por estas razones es imprescindible que este tipo de eventos se sigan realizando ya que ayudan en gran medida a los tabacundeños.

En secuencia al estudio de mercado realizado en el capítulo anterior se establece que el impacto del turismo en el desarrollo socioeconómico es imperceptible, fundamento que se sustenta porque no se registran porcentajes de ocupaciones o profesiones afines al campo turístico, la mayor parte de la población indica no haberse beneficiado del mismo, la predisposición para invertir en este ámbito no es alta debido a los bajos ingresos por familia, el poco turismo local y escaso turismo internacional, la calidad de vida de clase media baja que llevan los tabacundeños, la disminución de ingresos en los prestadores de servicios y las pocas capacitaciones que se les brinda, y que existen planes que dinamizan las actividades turísticas establecidos por el GAD pero que nunca se han llevado a cabo por el poco presupuesto designado por parte del Gobierno Central.

A pesar de las razones previamente mencionadas se identifica a Tabacundo como una parroquia con recursos turísticos por potencializar, incluso sus habitantes reconocen la importancia de este sector en su desarrollo socioeconómico así como enfatizan en su escasa capacitación y desconocimiento para fomentar de manera eficaz estas actividades, a esto se suma que la parroquia posee doce atractivos entre naturales y culturales, con

clientes potenciales locales, nacionales e incluso internacionales; Tabacundo además cuenta con la predisposición de los prestadores de servicios para mejorar su calidad e incrementar sus ingresos que últimamente se han visto afectados y con el interés del GAD para posicionar a la parroquia como destino turístico de manera económica y efectiva, en razón de esto se presentan las siguientes estrategias.

4.2. Planteamiento de estrategias

Con el fin de hacerle frente al escaso impacto socioeconómico que tiene el turismo en Tabacundo, se proponen cuatro estrategias, cada una dirigida a uno de los actores turísticos estudiados, esto permite que este sector se potencialice desde todos los enfoques tratados y sobretodo que se aprovechen sus recursos trabajando de manera conjunta, por lo que además al final de este capítulo también se establecen matrices de presupuesto e involucrados junto con un cronograma que explica la correlación que tiene cada estrategia y por tanto sus actores.

4.2.1. Estrategia 1 Fortalecimiento de los atractivos turísticos en la página web del GAD Pedro Moncayo

Actualmente los medios online son una de las mejores alternativas de marketing para cualquier empresa, dado que tiene dos grandes ventajas: su bajo costo y un público objetivo a nivel mundial; estas características empatan con las condiciones que requiere el GAD, en consecuencia esta administración ya posee un espacio destinado al turismo dentro de su web site o espacio en la web; por consiguiente, se propone un fortalecimiento a este tipo de publicidad mediante una correcta estructuración y adición de elementos que carece.

4.2.1.1. Descripción del proceso

La propuesta de mejoramiento del sitio web será realizable gracias a la intervención del GAD de Pedro Moncayo, como directos administradores de la parroquia de Tabacundo, dado que los lineamientos de fortalecimiento que se propondrán son aplicables en su actual página web, cabe recalcar que se ha evitado realizar un nuevo sitio ya que podría generarse confusión en los turistas y la información no estaría abalada restándole confiabilidad, por consiguiente es oportuno complementar ciertos parámetros no tomados en cuenta en la página existente; esta estrategia también tiene beneficios para la actual dirección puesto que se la reconocerá como una administración que potencializa a sus parroquias a través de medios on-line.

Para poder describir la información que es complementaria en el sitio web primero es necesario identificar los elementos de valor que ya posee, entre los que se encuentran:

- Una pestaña direccionada al turismo y fácil de identificar desde su página de presentación o home page.

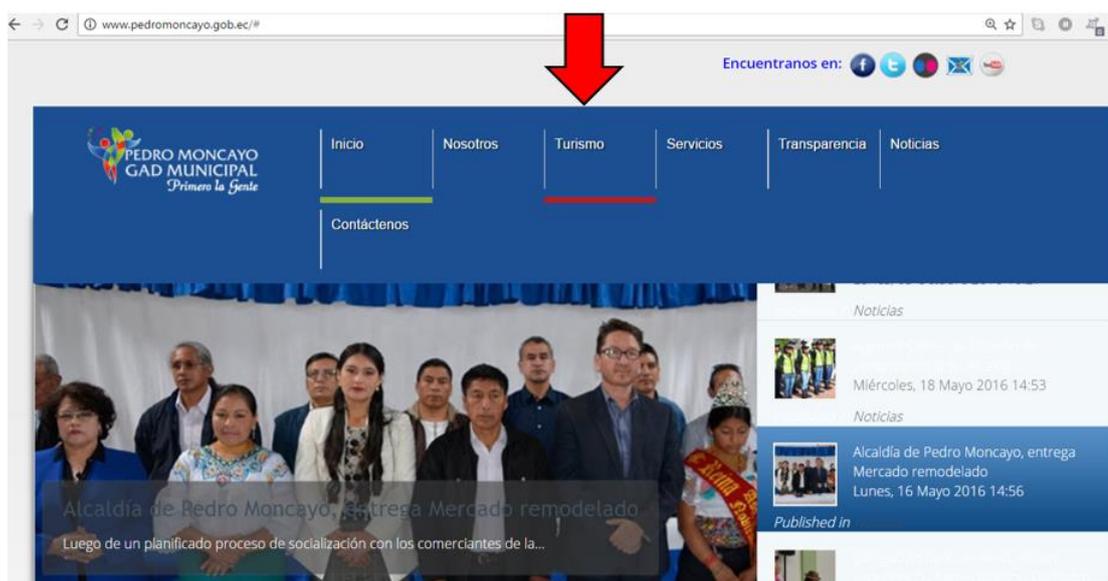


Figura 107 Página de inicio- GAD Pedro Moncayo

Fuente: (GAD Pedro Moncayo, 2016)

- Tras la pestaña mencionada se despliega un menú con los principales atractivos del cantón, punto que se podría rediseñar para que las opciones desplegadas sean las parroquias y dentro de cada se encuentren los atractivos que tienen respectivamente.

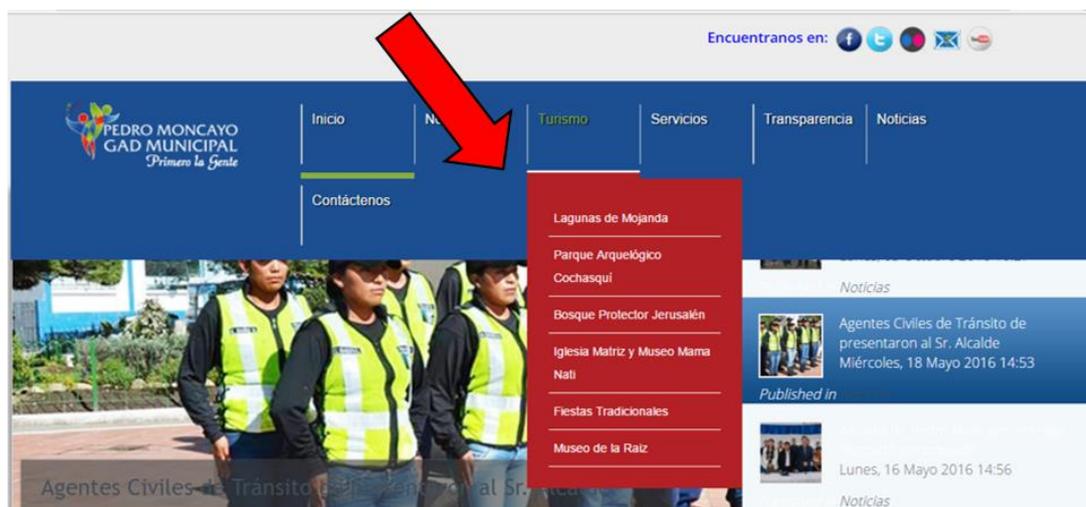


Figura 108 Pestaña de turismo -GAD Pedro Moncayo

Fuente: (GAD Pedro Moncayo, 2016)

- Al abrir cualquiera de las opciones de atractivos inmediatamente se despliega información acerca del mismo, es importante mantener como encabezado una fotografía que atraiga la atención del turista y los links visibles de las redes sociales, dentro de este aspecto cabe mencionar que el GAD posee facebook, twitter, flick, webmail y youtube en los que se hace mayor promoción a sus obras y en segunda instancia al turismo.



Figura 109 Presentación atractiva GAD Pedro Moncayo

Fuente: (GAD Pedro Moncayo, 2016)

- Es destacable mencionar cada atractivo posee información acerca de su historia, cómo llegar, qué hacer, recomendaciones y horarios de atención; sin embargo, no todo está en inglés y español, aspecto que se deberá tomar en cuenta puesto que el público objetivo incluye a turistas extranjeros por el evento destacable Feria Mundial de la Rosa.

Historia
History

Para llegar a las Lagunas de Mojanda se debe tomar la Panamericana Norte y al llegar al redondel de Guayllabamba se toma la dirección vía a Tabacundo - Ibarra, Km 43 se toma la vía a la izquierda por el parque del amor para luego encontrar una vía de tercer orden (un camino lastrado), disfrutando bellos paisajes de un majestuoso páramo andino hasta llegar al pie de las lagunas, con una distancia de 17 km desde la panamericana, para llegar a las lagunas se lo puede hacer en vehículo particular de preferencia 4x4, bicicletas, caminando, o vehículo contratado.

Para quienes vienen desde norte -Ibarra tomaran la vía a la derecha en el mismo km.

¿Cómo llegar?
How to get there?

Para llegar a las Lagunas de Mojanda se debe tomar la Panamericana Norte y al llegar al redondel de Guayllabamba se toma la dirección vía a Tabacundo - Ibarra, Km 43 se toma la vía a la izquierda por el parque del amor para luego encontrar una vía de tercer orden (un camino lastrado) Disfrutando bellos paisajes de un majestuoso páramo andino hasta llegar al pie de las lagunas, con una distancia de 17 km desde la panamericana, para llegar a las lagunas se lo puede hacer en vehículo particular de preferencia 4x4, bicicletas, caminando, o vehículo contratado.

Para quienes vienen desde norte -Ibarra tomaran la vía a la derecha en el mismo km.

¿Qué hacer?
What to do?

ACTIVIDADES QUE SE PUEDE REALIZAR EN EL COMPLEJO TURÍSTICO MOJANDA

- Alojamiento en cabañas y refugio
- Camping en áreas predestinadas
- Caminatas por senderos
- Recorrido por ciclo-senderos
- Paseo en botes
- Avistamiento de flora y fauna

Se recomienda llevar:

- Chompas abrigadas.
- Guantes de lana.
- Pasamontañas.
- Bolsa para dormir.
- Poncho de agua.
- Artículos para acampar.
- Botas.

Recomendaciones
Recommendations

Horarios de atención
Hours of operation

Miércoles a Domingo

Figura 110 Especificaciones de los atractivos-GAD Pedro Moncayo

Fuente: (GAD Pedro Moncayo, 2016)

Una vez destacados los aspectos positivos de la página actual se puede proceder a rediseñarla y complementarla con más información, para lo cual es preferible seguir el siguiente orden:

- Investigar y sintetizar información acerca de los atractivos que no están ubicados en la página actual
- Elaborar el material publicitario y necesario para el turista que complemente la página, es decir realizar las respectivas traducciones al inglés, tomar fotografías y producción de un mapa turístico.
- Clasificar la información en viñetas para posteriormente diseñar cada una.
- Ubicar el dominio de la página de la parroquia dentro de la home page del GAD, en la pestaña desplegable de turismo, Tabacundo.
- Rediseñar el sitio web.

4.2.1.2. Modelo de página Web- Oferta de atractivos turísticos de Tabacundo

Una vez recabada y clasificada la información acerca de la parroquia se puede proceder a mejorar la página, aquí un modelo de lo que podría llevarse a cabo con las respectivas sugerencias.

- Establecer como fondo una imagen que atraiga la atención del turista, puede ser del atractivo más representativo de la parroquia en este caso el sistema lacustre Mojanda Cajas; colocar los logos, slogans y links de redes sociales que comúnmente van en todas las subpáginas y situar la información más relevante en la home page, puede ser el spot publicitario que ya posee la parroquia y una galería de fotografías.



Figura 111 Modelo propuesto- Página de inicio

- El resto de información importante para el turista se puede ubicar en la siguiente pestaña, en ella podrá ir una: reseña de la parroquia en general; un espacio con información precisa para el turista como: medios de transporte, seguridad y el mapa de atractivos; en material turístico se ubicará en digital los folletos, afiches y promociones que se encontraran físicamente en el punto de información turística y en noticias se detallarán eventos relevantes al turismo.



Figura 112 Modelo propuesto- Pestaña La Ciudad

- Las siguiente pestaña presentará la información que ya contiene la página actual, pero clasificada a través de atractivos culturales y naturales

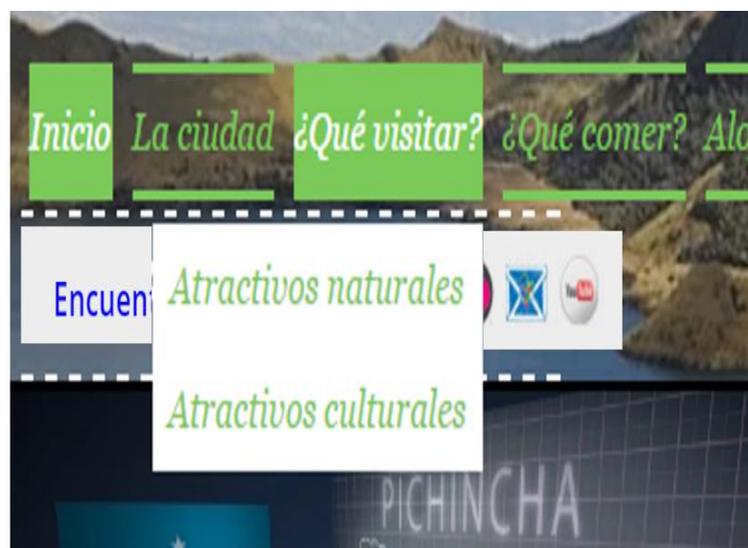


Figura 113 Modelo propuesto- Pestaña ¿Qué visitar?

- Las dos siguientes pestañas promocionarán a los prestadores de servicios tanto en alimentos y bebidas como en alojamiento, en estas se encontrarán breves descripciones, direcciones exactas, teléfonos de contacto y los servicios que ofertan. Para finalizar en la última pestaña

se localiza un calendario de fiestas, donde se ubicará cronológicamente los atractivos culturales intangibles de la parroquia.



Figura 114 Modelo propuesto -Pestañas de la home page

- Para finalizar cabe mencionar que la información debe actualizarse periódicamente, haciendo hincapié en la sección de noticias; la página tendrá la posibilidad de traducirse al inglés, de ser posible debe llevarse un contador de visitas, mismo que será una herramienta de medición para determinar la efectividad de la página, además con el fin de seguir mejorando se puede plantear un pie para todas las páginas con un formulario para comentarios y sugerencias, en este mismo lugar es indispensable encontrar la dirección y teléfonos del GAD.

 Un formulario de contacto con un fondo de paisaje montañoso y un lago. El texto 'Déjanos tu comentario o sugerencia' está superpuesto en la parte superior derecha del formulario. A la izquierda, se muestra la dirección y los teléfonos: 'Calle Sucre No. 981 (Parque Central)' y 'Tel: 593-383-6560 Ext. 101/Telefax ext. 290'. El formulario contiene campos para 'Nombre', 'Email', 'Asunto' y 'Mensaje'. Un botón 'Send' está ubicado en la parte inferior derecha.

Figura 115 Modelo propuesto – Espacio para sugerencias

4.2.1.3. Modelo de mapa turístico

Según los parámetros establecidos en la página web propuesta el GAD de Pedro Moncayo cuenta con importante información; sin embargo, la falla radica en que no está bien distribuida y que carece de un aspecto muy relevante como lo es un mapa turístico, a razón de esto a continuación se presenta un modelo del mismo realizado con lineamientos que le faciliten al turista entenderlo y respetando los reglamentos vigentes para este tipo de material.



Figura 116 Modelo propuesto – Mapa Turístico

Para la elaboración del presente mapa se tomaron en cuenta algunas características que debe contener un material de esta índole, por tanto se puede destacar que:

- El mapa promociona los 12 atractivos turísticos
- Ubica a los prestadores de servicios que se analizan en este proyecto.
- Establece entidades con las que cuenta la parroquia e indispensables para la planta turística
- Los pictogramas utilizados son los predeterminados en el Reglamento de Señalización Turística, sólo en el caso de carecer del pictograma necesario se ha propuesto una imagen que identifique el respectivo atractivo, estos son los casos de las elevaciones, el molino El Cucho y las fiestas culturales.
- Detalla la simbología utilizada con referencia a los pictogramas, vías de acceso e identifica con números a todos los elementos en los que se debe especificar su nombre.
- Ubica pictogramas para las actividades turísticas que se puede realizar en cada atractivo.
- Debe ubicarse la autoría, respecto a este punto en el caso de ser aprobado por el GAD de Pedro Moncayo se podrá hacer uso del logotipo de la administración actual y ubicarlo en el mapa.
- Está elaborado con el fin de que sea legible, interesante y atrayente para el turista, es decir con un diseño que cautiva y con los colores que identifican a la parroquia el azul, rojo y verde.

4.2.2. Estrategia 2 Propuesta de talleres de emprendimiento turístico

Como segunda estrategia se propone realizar talleres de emprendimiento turístico destinados a un público abierto con el fin de que participen prestadores de servicio e inclusive pobladores, se trata de que el GAD establezca alianzas con instituciones educativas de tercer nivel con carreras afines para que sus especialistas y estudiantes impartan capacitaciones.

4.2.2.1. Descripción del proceso

4.2.2.1.1. Antecedentes

Los prestadores de servicio tanto de alimentos y bebidas así como de alojamiento, son ejes fundamentales a la hora de promover el desarrollo del sector turístico, se tomó en consideración esta estrategia, por diferentes aspectos:

- Según datos obtenidos en las encuestas dirigida a los turistas que visitan Tabacundo, con referencia a la interrogante ¿cuál de los siguientes servicios considera usted que debería mejorarse o implementarse en la parroquia?, los resultados reflejan que los establecimientos de a&b y de hospedaje, ocupan el segundo y tercer lugar con el 23,5% y 17,6% respectivamente, es decir del total de encuestados casi el 43% manifiestan no estar conformes con el servicio que se presta en estas entidades, reflejando una carencia de profesionalismo.
- Adicionalmente en cuanto a la calificación de la calidad de los servicios por parte de los visitantes, más del 50% ubica a la calidad recibida en los diferentes establecimientos turísticos en la variable buena, dando a notar que hace falta fortalecer este aspecto.
- En las entrevistas realizadas a los prestadores de servicio, expusieron la falta de apoyo por parte del GAD en planes de capacitación, a su vez no cuentan con fondos suficientes, no se encuentran nucleados en ningún organismo y no cuentan tampoco con apoyo de entidades privadas, tan sólo una empresa manifestó capacitar a sus clientes internos dos veces al año, mismos que son impartidos por miembros de la gerencia administrativa.

Con lo señalado anteriormente se identifica la principal causa, que es la falta de capacitaciones en los establecimientos que funcionan dentro la planta turística de Tabacundo, ocasionando los dos efectos mencionados inicialmente, por una parte la percepción del turista en cuanto a la calidad del servicio ya que la catalogan como baja, además manifiestan que dichos lugares tienen un bajo grado de interés por mejorar y renovar su oferta.

4.2.2.1.2. Nombre

Para motivar y cautivar la asistencia a las capacitaciones, se propone definir un nombre y eslogan respectivamente, que se describen a continuación: el nombre planteado es Talleres de emprendimiento turístico, con el slogan “Ven y se parte de la magia y encanto de Tabacundo”; los colores que se manejan en el nombre son los mismos de la bandera del cantón Pedro Moncayo, misma característica que es utilizada en el logotipo del GAD cantonal, éste será ubicado en el tríptico que se plantea más adelante.



Figura 117 Nombre y slogan de los talleres

4.2.2.1.3. Objetivo

Orientar a los futuros emprendedores o a los actuales empresarios, a través de una guía eficaz y efectiva, que será impartida en los talleres de emprendimiento con el fin de fortalecer el conocimiento profesional de los prestadores de servicio o a su vez fomentar la creación de nuevos negocios en el sector turístico.

4.2.2.2. Beneficiarios

El público objetivo en este caso son los establecimientos dedicados a brindar el servicio de alojamiento y alimentación, ubicados en la parroquia urbana de Tabacundo, con el fin de fortalecer los conocimientos en el campo turístico y que manejen estándares de calidad, desarrollando conocimientos, habilidades y destrezas; por otra parte también está abierta al público en general, es decir a pobladores que residen en la zona, ya que al manejarse como talleres de emprendimiento, se desea fomentar la inversión en la industria turística que ayude al desarrollo de la economía local, se debe tomar en cuenta que en los análisis de resultados de las encuestas para pobladores, indican que tan solo el 17% tiene una predisposición alta para invertir en el sector, reflejando que menos de la cuarta parte está dispuesta arriesgarse por incursionar en el ámbito turístico.

4.2.2.3. Capacitadores

Para las capacitaciones, se plantea que el GAD de Pedro Moncayo, efectúe un convenio con una institución universitaria, en este caso se propone a la “Universidad de las Fuerzas Armadas” ya que es una institución educativa que cuenta con carreras afines al programa de capacitación y a su vez ya cuenta con experiencia en este tipo de alianzas, en este caso el departamento de turismo sería el encargado de gestionar todos los trámites, es así que los posibles encargados de impartir los temas podrían ser: los docentes que cuenten con práctica en este ámbito, además que tengan la capacidad de

desarrollar habilidades y destrezas, por otra parte también podrían formar parte los estudiantes de últimos niveles en carreras similares como: administración turística y hotelera, gastronomía, entre otras. El personal encargado de dirigir los talleres deberá contar con el siguiente perfil:

4.2.2.3.1. Perfil del capacitador

- Ser docente de una institución educativa universitaria, y a su vez tener conocimientos afines a: turismo, gastronomía, hospitalidad.
- Ser estudiante de los últimos niveles de carreras afines como: administración turística y hotelera, gastronomía, ecoturismo, de preferencia alumnos de octavo y noveno nivel.
- Contar con experiencia dictando capacitaciones.
- Vocación de servicio, es decir debe ser una persona responsable, solidaria, amable, tolerante y proactiva.
- Manejar una buena dicción y comunicación asertiva.
- Disposición para trabajar en equipo y dinamismo para capacitar.
- Facilidad para resolver problemas.

4.2.2.4. Requerimientos

- Para llevar a cabo el proceso antes descrito, se propone utilizar las instalaciones in situ con las que cuenta y que estén dispuestos a facilitar el GAD de Pedro Moncayo, ya sean auditorios, aulas o salas comunales.
- Los horarios serán coordinados, de acuerdo a la disponibilidad de los capacitadores, ya que anteriormente se indica que pueden ser impartidas por estudiantes de últimos niveles de tercer nivel y docentes, cuya institución previamente ejecute un convenio con el GAD.
- La Unidad de Turismo, será la encargada de proporcionar un infocus y un computador portátil para llevar a cabo el proceso de capacitación.

4.2.2.5. Temario

Las capacitaciones contemplarán temas direccionados a fomentar, mejorar, renovar e innovar tres aspectos importantes:

- Calidad turística: abarcando temas relacionados con atención al cliente hospitalidad, liderazgo y valores.
- Turismo local: donde se ofrecerán temas relacionados con la protección de recursos naturales, cuidado de la presentación personal y la del turista.
- Gastronomía: se impartirán temas relacionados con seguridad alimentaria, rescate de sabores y costos de producción.

A continuación se desglosan los subtemas, especificando las actividades a desarrollar:

Capacitación en calidad turística

Objetivo: Desarrollar e incrementar la calidad turística que se presta en los establecimientos de a&b y alojamiento, a través de la adquisición y refuerzo de conocimientos en los talleres, con el fin de brindar un servicio de calidad al cliente, renovando e innovando su oferta.

Duración: 30 horas

Temas de exposición	Tiempo	Metodología
1 Liderazgo		
1.1 ¿Qué es ser un líder?	1 hora	Exposición y participación
1.2 Tipos de personalidad	1 hora	Exposición y participación
1.3 Comunicación asertiva	1 hora	Exposición y participación
1.4 Coaching	1 hora	Exposición y dinámica.
2 Valores		
2.1 ¿Qué son los valores?	1 hora	Exposición y participación
2.2 ¿Cuáles son los más importantes?	1h30 min	Exposición y participación
2.3 El valor y la vida económica	1 hora	Exposición y participación
3 Revalorización e identidad cultural		
3.1 Introducción	1 hora	Exposición y participación

Continúa 

3.2 Diversidad cultural	1 hora	Exposición y participación
3.3 Aculturación	1 hora	Exposición y participación
3.4 Globalización	1 hora	Exposición y participación
3.5 Conservación y recuperación de la identidad	1 hora	Exposición, participación y dinámica
4 Atención al cliente y hospitalidad		
4.1 Importancia del servicio al cliente	1 hora	Exposición y caso práctico
4.2 Tipos de clientes	1h30min	Exposición, participación y dinámica
4.3 Elementos del servicio al cliente	3 horas	Exposición, participación, dinámica y caso práctico
4.3.1 Contacto cara a cara		
4.3.2 Relación con el cliente		
4.3.3 Correspondencia		
4.3.4 Reclamos y cumplidos		
4.4 Estrategia de servicio al cliente	1 hora	Exposición y trabajo grupal
4.5 Reglas y recursos de atención al cliente	1 hora	Exposición y dinámica
5 Cuidado de la salud y presentación personal		
5.1 Salud	1h30 min	Exposición, dinámica y caso práctico
5.1.1 Importancia de la certificación médica		
5.1.2 Cuidado para evitar enfermedad infecciosas		
5.2 Higiene personal	1 hora	Exposición y participación
5.3 Importancia de la limpieza en la actividad turística	1h30 min	Exposición y taller
5.4 Importancia del uniforme	1 hora	Exposición y participación
Total horas	25 horas	

Evaluación: de cada uno de los temas se tomarán evaluaciones tanto a los capacitadores como a las personas capacitadas, dentro del plazo estimado de 1 hora, adicionando 5 horas, completando de esta manera las 30 horas estipuladas para esa capacitación, además la participación será tomada en cuenta para la nota final, al final del tema se aplicará una prueba práctica.

Nota: los asistentes que se inscriban en el curso de capacitación deberán obtener una nota mínima del 70% de la evaluación total para aprobar, otorgándoles un certificado al final.

Figura 118 Capacitación en calidad turística

Capacitación en turismo local

Objetivo: Involucrar a clientes internos, propietarios y potenciales inversionistas con los atractivos naturales y culturales, a través de la exaltación de características más relevantes, con el fin de proteger y perpetuar costumbres y tradiciones de Tabacundo.		
Duración: 20 horas		
Temas de exposición	Tiempo	Metodología
1 Turismo local		
1.1 Protección de recursos naturales	1 hora	Exposición y participación
1.2 Participación de la población local	2 hora	Taller participativo
1.3 Ecoturismo como herramienta de conservación	1 hora	Exposición y participación
1.4 La sostenibilidad	1 hora	Exposición y dinámica.
1.5 Difusión de los principales atractivos	2h30min	Exposición, participación y dinámica
2. Guianza		
2.1. ¿Qué es un guía?	2h30min	Exposición, participación y dinámica
2.1.1 Habilidades de un guía		
2.2 Organización durante el viaje	1 hora	Exposición y dinámica
2.3 Dinámica de Grupo	2 hora	Exposición y taller participativo
2.3.1 Nombres y presentación		
2.3 Manejo de grupos	1 hora	Exposición, participación y dinámica
2.4 ¿Cómo se presenta un guía?	1 hora	Taller participativo
Total horas	15 horas	
Evaluación: de cada uno de los temas se tomarán evaluaciones tanto a los capacitadores como a las personas capacitadas, dentro del plazo estimado de 1 hora, por lo tanto se suman 2 horas, adicionalmente con el restante de horas que son 3, se realizará un visita a uno de los atractivos, este será escogido por los asistentes, además la participación contará será tomada en cuenta para la nota final, al final del tema se tomará una prueba práctica.		
Nota: los asistentes que se inscriban en el curso de capacitación deberán obtener una nota mínima del 70% de la evaluación total para aprobar, otorgándoles un certificado al final.		

Figura 119 Capacitación en turismo local

Capacitación en gastronomía

Objetivo: Proporcionar conocimientos teóricos y prácticos en el área de gastronomía, a los diferentes asistentes, implementando metodologías que permitan el continuo desarrollo de la localidad a la cual pertenecen, contribuyendo al fortalecimiento turístico.

Duración: 40 horas

Temas de exposición

Tiempo

Metodología

1. Rescate de sabores ancestrales

1.1 Gastronomía Preincaica 2 horas Exposición y participación

1.1.1 Guía gastronómica ancestral Taller participativo

1.2 Valores nutricionales de los productos gastronómicos autóctonos 1 hora Exposición y participación

1.3 Aporte europeo a la gastronomía ancestral 1 hora Exposición y dinámica.

2 Gastronomía ecuatoriana

2.1 Introducción a la gastronomía ecuatoriana 1 hora Exposición y participación

2.2 Importancia de platos tradicionales y típicos 2 horas Exposición y dinámica

2.3 Productos endémicos de la zona 2 horas Exposición y taller participativo

2.4 Platos representativos 2 horas Taller participativo

3 Costos de producción

3.1 Hojas de Mercado 2 horas Exposición y participación

3.2 Inventarios 3 horas Exposición, dinámica y taller participativo

3.2.1 Rotación de productos

3.3 Receta Estándar 3 horas Exposición y taller participativo

3.3.1 Contenido

3.3.2 Costos de producción

3.4 Mermas (Desperdicios) 1 hora Exposición y taller participativo

3.4.1 Manejo de mermas

4. Seguridad alimentaria

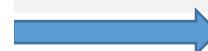
4.1 Proceso de control de plagas 8 horas Exposición, participación dinámica y taller participativo

4.1.1 Inspección

4.1.2 Identificación

4.1.3 Saneamiento

Continúa



4.1.4 Obstruir entrada y dificultar guarida (métodos de exclusión)

4.1.5 Tipos de tratamiento

4.2 Estrategias para el mejoramiento de plagas	2 horas	Exposición, trabajo grupal entre asistentes
--	---------	---

Total horas	30 horas
--------------------	-----------------

Evaluación: de cada uno de los temas se tomarán evaluaciones tanto a los capacitadores como a las personas capacitadas, dentro del plazo estimado de 1 hora, por lo tanto se suman 4 horas, mientras que las 6 restantes, en esa ocasión se utilizarán para caso prácticos en el área de producción y manipulación de alimentos, los mismos que pueden ser escogidos entre asistentes y capacitadores.

Nota: los asistentes que se inscriban en el curso de capacitación deberán obtener una nota mínima del 70% de la evaluación total para aprobar, otorgándoles un certificado al final.

Figura 120 Capacitación en gastronomía

4.2.2.6. Full Day

4.2.2.6.1. Descripción

Con el objetivo de involucrar tanto a propietarios, trabajadores de establecimientos hoteleros y de alimentación, así como a pobladores que estén dispuestos a invertir en el ámbito turístico, se propone efectuar un full day al finalizar las capacitaciones con el fin de complementar la parte teórica, resaltando aspectos importantes de los atractivos, en este caso naturales como: Lagunas de Mojanda, Cerro Yanahurco, Loma de Cananvalle; por otra parte se identifican 9 atractivos culturales de los cuales seis constituyen fiestas y desfiles, mismos que por ser celebradas en fechas específicas no se pueden visitar en el transcurso de los talleres, por lo cual se recomendaría realizar visitas guiadas por los mismos asistentes en la Iglesia Matriz, Museo Mama Nati y el molino El Cucho.

4.2.2.6.2. Itinerario

Nombre: Tabacundo, tierra de magia y encanto		Tarifa: \$12,00
Hora	Actividad.	
06:45	Punto de reunión (Parque central Homero Valencia).	
07:00	Visita guiada por la Iglesia.	
07:50	Salida hacia el Museo Mama Nati	
08:00	Visita guiada por el museo.	
09:00	Salida hacia la Loma de Cananvalle(entrega de box lunch)	
09:50	Llegada a la loma	
10:00	Visita, explicación histórica y dinámica	
11:15	Salida hacia el molino El Cucho	
11:30	Visita al molino, recorrido y narración de la leyenda “un eco doloroso”	
12:30	Salida hacia las Lagunas de Mojanda	
13:30	Parada en el Restaurante Inti Raymi para degustar de un delicioso almuerzo	
15:15	Llegada a las Lagunas de Mojanda	
15:30	Visita, guianza, se realiza senderismo, toma de fotografías, y observación del cerro Yanahurco además de la de flora y fauna	
17:30	Salida hacia Tabacundo	
19:00	Llegada a Tabacundo (Parque central Homero Valencia)	

Figura 121 Itinerario full day

Recomendaciones

- Vestir ropa abrigada e impermeable y zapatos cómodos, de preferencia de caminata.
- Llevar cámara fotográfica
- Botella de agua
- Bloqueador solar

Incluye

- Transporte (Auspiciado por el GAD de Pedro Moncayo)
- Alimentación: box lunch y almuerzo

No incluye

- Bebidas y alimentos adicionales
- Cualquier servicio no especificado en el itinerario

4.2.2.6.3. Cotización

Servicio	Precio
Box lunch	3,00
Almuerzo	7,00
Souvenir	2,00
Total	12,00

Figura 122 Cotización del paquete full day

4.2.2.7. Seguimiento a participantes

Una vez finalizadas las capacitaciones, es de vital importancia realizar una retroalimentación a las personas que asistieron, con el fin de evaluar y verificar que tipo de impacto tuvieron los talleres. Se plantea visitar a los beneficiarios

después de un período de tres meses; donde se recolectará información de las personas que recibieron el taller, enfocando preguntas: que puedan medir la utilidad que se ha dado a los conocimientos impartidos en las capacitaciones, la guía en el manejo de talento humano así como en recursos materiales y financieros, nivel de satisfacción y por último si estaría dispuesto a invertir su tiempo y dinero en futuros talleres. Adicionalmente será dirigido al propietario, planteando interrogantes de la siguiente manera: aspectos que considera que se deben capacitar constantemente, grado de mejoras en las competencias de los clientes internos. Por último se compilará datos acerca de asistentes que decidieron invertir en el sector turístico, valorando junto a ellos la evolución del negocio así como el nivel de satisfacción, de esta manera será factible tomar acciones para realizar o no una nueva capacitación.

4.2.2.8. Tríptico Talleres de emprendimiento turístico

El tríptico propuesto para esta estrategia, contiene dos lados el anverso y el reverso, en el primero se colocó el nombre de las capacitaciones, la fecha de inicio, lugar donde se dará el taller, entidades que organizan y los contactos para mayor información; mientras que en el interior se brinda información de los temas que se dictarán, el objetivo de los talleres, para quienes está dirigido y una breve descripción del full day que se dará al final.

Te invitamos a ser parte de la mano que siembra el crecimiento y desarrollo de Tabacundo

Más información en :

 **GAD Pedro Moncayo**
www.pedromoncayo.gob.ec

ORGANIZA

**PEDRO MONCAYO GAD MUNICIPAL**
Primero la Gente

**ESPE**
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

INSCRIPCIÓN
Costo mínimo de 20 USD
(Incluye full day)

Fecha de inscripción
01 de Mayo del 2017

Lugar de realización
Instalaciones del GAD

Contactos:
Telf.: 3836560 | Ext.101/
Telefax ext. 290
Dirección: Calle Sucre No. 981 (Parque Central Homero Valencia)

Talleres de emprendimiento turístico
Ven y se parte de la magia y encanto de Tabacundo

Atractivos turísticos de Tabacundo

¡Anímate, ven e inscribete!

“No se trata de ideas, se trata de hacer realidad tus ideas”

**Tabacundo**

Figura 123 Anverso – Tríptico Taller de emprendimiento turístico

EL TALLER DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO

Las capacitaciones contemplarán temas direccionados a fomentar, mejorar, renovar e innovar tres aspectos importantes:

Calidad turística: abarcando temas relacionados con atención al cliente, hospitalidad, liderazgo y valores.

Turismo local: donde se ofrecerán temas relacionados con la protección de recursos naturales, cuidado de la presentación personal y la del turista.

Gastronomía: se impartirán temas relacionados con seguridad alimentaria, rescate de sabores y costos de producción.

OBJETIVO

Orientar a los prestadores de servicios, a través de una guía eficaz y efectiva, con el fin de fortalecer el conocimiento y fomentar la creación de nuevos negocios en el sector turístico

DIRIGIDO A:

- Prestadores de servicio de alojamiento y alimentos y bebidas
- Potenciales inversionistas en el sector turístico de Tabacundo

FULL DAY

Esto se realizará al final de las capacitaciones, con el fin de complementar la parte teórica, resaltando aspectos importantes de los atractivos, en este caso naturales como: Lagunas de Mojanda, Cerro Yanahurco, Loma de Cananvalle.

Además se efectuarán visitas guiadas por la Iglesia Matriz, Museo Mama Nati y el molino El Cucho.

Iglesia Matriz de Tabacundo

Desfile de los Guioneros en Semana Santa

Figura 124 Reverso – Tríptico Taller de emprendimiento turístico

4.2.3. Estrategia 3 Propuesta de un modelo de registro de ingreso de turistas

Es fundamental establecer un modelo de registro para el ingreso de turistas tanto para los atractivos naturales así como culturales, complementándose con los prestadores de servicio de a&b y alojamiento, con el fin de recopilar datos verídicos y fiables, ya que actualmente la cabecera cantonal no cuenta con un registro de turistas, mismo que imprescindible a la hora de plantear planes o proyectos que involucren a este grupo de estudio, en consecuencia, se podrá desarrollar estadísticas comparativas entre los atractivos más visitados o viceversa, con esta información se podrá planificar y ejecutar planes que permitan aprovechar al máximo ventajas de estos lugares para tomar medidas de mejoramiento. Por otra parte al contar con estadísticas de ingreso a establecimientos turísticos, será factible realizar proyecciones de la demanda, que permitan generar acciones y estrategias que persuadan al turista a la hora de elegir a Tabacundo como el lugar para el descanso de fin de semana o feriado.

4.2.3.1. Descripción del proceso

Para el diseño del modelo propuesto, se recopiló formatos similares que manejen otras instituciones, además se comparó con las preguntas que proyectaron datos más representativos a la hora de tabular las encuestas dirigidas a turistas en la presente investigación, es así que las interrogantes planteadas están encaminadas a recabar datos precisos, de manera rápida para que el turista lo llene con facilidad, además que se debe considerar que para los hoteles y restaurantes es un formato complementario destinado a recolectar información que ayude al crecimiento de los mismos.

4.2.3.2. Modelo

Registro de ingreso de turistas / Entry's registration of tourist						
Ficha N° / File N°						
Fecha de ingreso / Date of entrance				Hora de ingreso / Hour of entrance		
Fecha de salida / Date of departure				Hora de salida / Hour of departure		
1. Datos generales / General data						
Nombre / Name				Ciudad de procedencia / City of origin		
Edad / Age				Teléfono / Phone		
Identificación / Identification				Email		
Ocupación / Occupation						
2. Motivo de Viaje / Travel reasons		<input type="checkbox"/> Cultura / Culture	<input type="checkbox"/> Descanso / Relax	<input type="checkbox"/> Recreación / Recreation	Otros / Others.....	
3. Actividades que le gustaría realizar / Activities you would like to do		1.				
		2.				
		3.				
4. Medios por los que se interesó en visitarnos / Advertising you received about us		<input type="checkbox"/> Prensa escrita / newspaper, magazine	<input type="checkbox"/> Radio	<input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Recomendaciones / Recommendations	
5. Califique la calidad del servicio / Rate the quality of service		<input type="checkbox"/> Excelente / Excellent	<input type="checkbox"/> Muy buena / Very good	<input type="checkbox"/> Buena / Good	<input type="checkbox"/> Regular / Sufficient	<input type="checkbox"/> Mala / Poor
Sugerencias / Suggestions:						

Figura 125 Registro de ingreso de turistas

El modelo propuesto anteriormente se divide en 3 partes:

- La primera donde se indica el número de ficha, fecha y hora de ingreso y salida.
- En segunda instancia se encuentra como punto uno, los datos generales donde se registra información personal como nombre, procedencia, edad, entre otros.
- Por último se solicitan cuatro preguntas más con el fin de recabar datos acerca de motivos de viaje, por qué medios se enteraron del lugar, es útil y necesario ubicar un lugar para las sugerencias que tenga el turista ya que es importante saber la opinión y el punto de vista.

Todas las interrogantes son necesarias que estén tanto en español como en inglés, ya que no se descarta la posibilidad de un incremento de ingreso de turistas extranjeros. Adicionalmente se propone que si este modelo es avalado por el GAD de Pedro Moncayo para el uso y manejo, en el encabezado se ubique en la parte posterior izquierda y derecha el logo del GAD cantonal y el logo del Mintur respectivamente, ya que todo formato o material turístico que se maneje debe ser autorizado por esta entidad reguladora, además que utilicen un fondo distintivo: verde para los atractivos naturales, café para los atractivos culturales y azul para los prestadores de servicio.

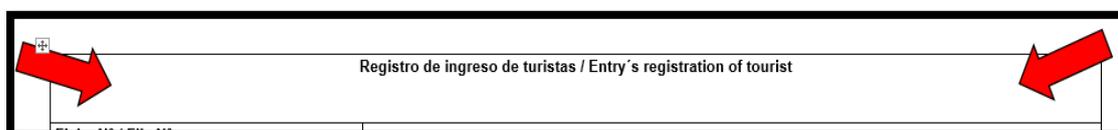


Figura 126 Encabezado – Modelo de registro de ingreso de turistas

4.2.4. Cronograma

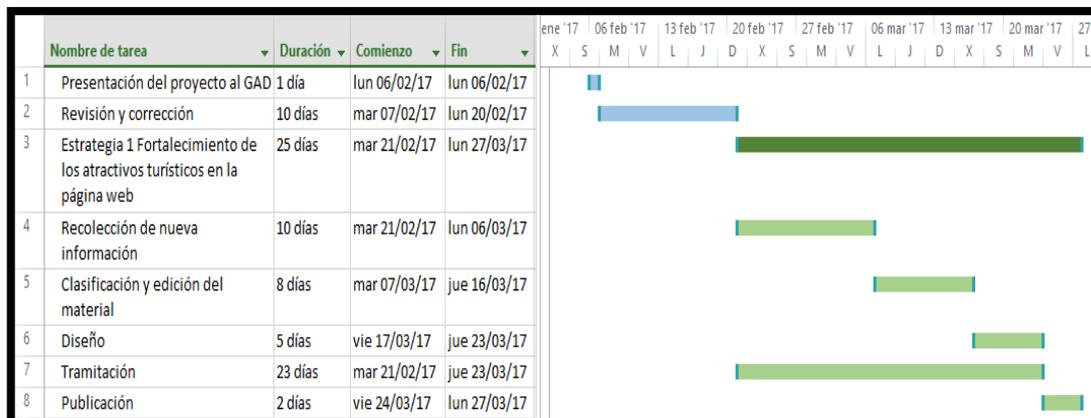


Figura 127 Cronograma-Estrategia: pág. web

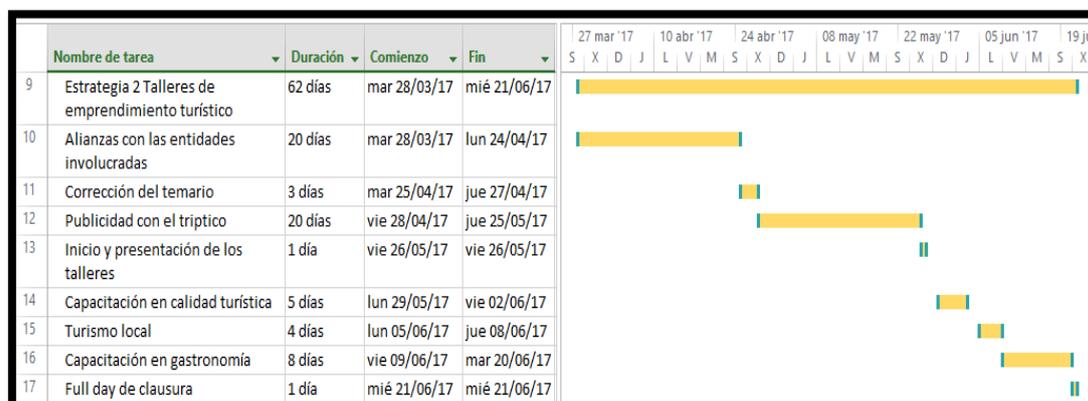


Figura 128 Cronograma-Estrategia: talleres de emprendimiento

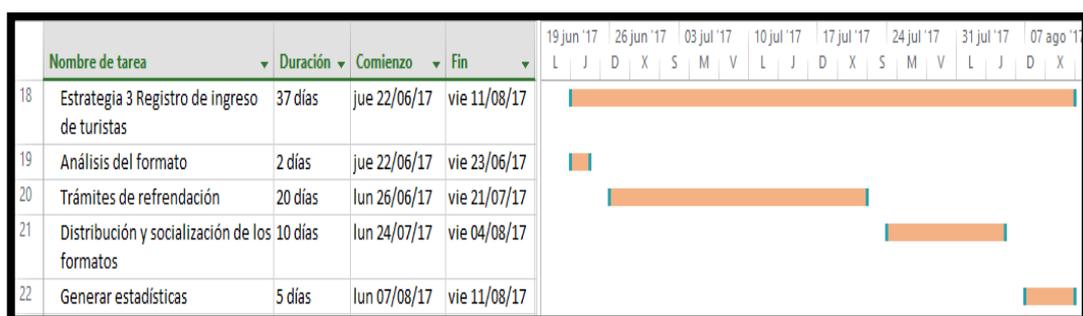


Figura 129 Cronograma-Estrategia: registro de ingresos

4.2.5. Presupuesto

Estrategia	Elemento	Especificaciones	Valor unitario (USD)	Valor total (USD)	Financiamiento
Fortalecimiento de los atractivos turísticos en la página web del GAD Pedro Moncayo.	Uso del dominio .gob.ec y espacio de hosting	No tiene costo puesto que es un servicio que otorga el Gobierno Central a todas las entidades gubernamentales y que actualmente ya posee el GAD de Pedro Moncayo	0,00	0,00	GAD Pedro Moncayo
	Diseñador gráfico	Asesoramiento en cuanto a la información y material publicitario que se posteará	400,00	400,00	GAD Pedro Moncayo
Total Estrategia USD 400,00					
Propuesta de talleres de emprendimiento turístico	Salón de eventos	El GAD posee el Centro de Exposiciones Pedro Moncayo o auditorios con este tipo de finalidad, estos incluye amplificación, mesas, sillas y una pizarra.	0,00	0,00	GAD Pedro Moncayo
	Computadora y proyector	Son parte de los espacios destinados para las capacitaciones o de la dirección de turismo.	0,00	0,00	GAD Pedro Moncayo
	Papel Bond	4 Resmas Papel Bond 75gr tamaño A4	5,00	20,00	GAD Pedro Moncayo
	Carpetas	80 Carpetas de cartón tamaño A4 de preferencia con el logotipo de los patrocinadores.	0,40	60,00	GAD Pedro Moncayo
	Credenciales de identificación	110 Carnets de cartón 86x54mm repartidos para 80 participantes y 50 capacitadores, avalados con el logotipo del GAD y el nombre de las capacitaciones	0,80	88,00	GAD Pedro Moncayo
	Esferográficos	110 Bolígrafos bic punta gruesa color azul	0,50	55,00	GAD Pedro Moncayo
	Tizas Líquidas	30 Marcadores borrables marca Pelikan 426 en colores azul y negro	0,80	24,00	GAD Pedro Moncayo
	Marcadores	30 Marcadores permanentes marca Pelikan 420 en colores azul y negro	0,70	21,00	GAD Pedro Moncayo
	Pliegos de papel	60 Pliegos de papel periódico tamaño A0	0,10	6,00	GAD Pedro Moncayo
	Trípticos	500 Trípticos full color anverso y reverso en papel couche 115 gr tamaño A4	0,23	115,00	GAD Pedro Moncayo
	Ingredientes para el taller de gastronomía	Se deben establecer recetas con productos de la zona y de bajo costo, que serán repartidos entre los participantes para la preparación en una clase magistral.	0,00	0,00	Participantes de los talleres
Diseñador gráfico	Asesoramiento de un diseñador gráfico para la corrección del tríptico propuesto	15,00	15,00	GAD Pedro Moncayo	
Buses	Alquiler de 2 Buses turísticos para 40 personas para el full day	150,00	300,00	GAD Pedro Moncayo	

Continúa



	Full day		Alimentación y souvenirs para participantes y capacitadores	12,00	1.320,00	Cada participante o capacitador asume su valor individual.
	Diplomas		80 Diplomas full color en cartulina tamaño A4 avalados con el logotipo del GAD, el nombre de las capacitaciones y del participante, el número de horas realizadas y firmas de responsabilidad	0,60	48,00	GAD Pedro Moncayo
						Total Estrategia USD 2.072,00
Propuesta de un modelo registro ingresos turistas	Computadora e impresora		Son parte de la dirección de turismo del GAD	0,00	0,00	GAD Pedro Moncayo
	Papel Bond		2 Resmas Papel Bond 75gr tamaño A4, en cada hoja se deberán imprimir mínimo tres formatos	5,00	10,00	GAD Pedro Moncayo
	Socializador		1 Persona encargada de socializar y repartir este material durante quince días	190,00	190,00	GAD Pedro Moncayo
						Total Estrategia USD 200,00
						Presupuesto total 2.672,00

Figura 130 Matriz presupuestaria

4.2.6. Matriz de Involucrados

Estrategia	Problema	Objetivo	Involucrado	Beneficio esperado	Aporte
Fortalecimiento de los atractivos turísticos en la página web del GAD Pedro Moncayo.	La escasez de recursos económicos en el GAD provoca que no haya la solvencia para invertir en publicidad y promoción del turismo.	Rediseñar la pestaña direccionada al turismo en la página oficial del GAD mediante el suministro de información complementaria y mejor distribución de la existente para promocionar a toda la planta turística de la parroquia.	GAD de Pedro Moncayo	Incremento del turismo en la parroquia. Reconocimiento de las actividades del GAD por parte de pobladores, prestadores de servicios y turistas.	Facilitar la tramitación para que la persona encargada del sector turístico en la parroquia haga uso del dominio de la página web, específicamente en la pestaña direccionada al turismo.
Propuesta de talleres de emprendimiento turístico	La creación de entidades que prestan servicios turísticos en la parroquia se ha originado a partir de un conocimiento empírico, ocasionando la carencia de bases teóricas y estandarización de conocimientos en este ámbito.	Orientar a los prestadores de servicios, a través de una guía eficaz y efectiva, que será impartida en los talleres de emprendimiento con el fin de fortalecer su conocimiento o fomentar la creación de nuevos negocios en el sector turístico.	Prestadores de servicios GAD de Pedro Moncayo Instituciones educativas	Conocimiento en temas de calidad turística, turismo local y gastronomía. Reconocimiento por parte de las entidades del sector. Dinamización del turismo. Experticia y facilidades para vincularse con trabajo comunitario.	Predisposición para aprender y estandarizar nuevos conocimientos en sus emprendimientos. Gestión de las capacitaciones y mínimo aporte económico para papelería y transporte. Especialistas y estudiantes de los últimos niveles que estén en condiciones de ser capacitadores.

Continúa 

Propuesta de un modelo de registro de ingresos de turistas	La falta de coordinación ocasiona que no se trabaje en conjunto con toda la planta turística en consecuencia no se llevan estadísticas del turismo en la zona y no se lo identifica como sector de priorización.	Elaborar formatos modelos donde se registre el ingreso de turistas, a través del establecimiento de indicadores que posteriormente permitan a las entidades reguladoras llevar estadísticas de la potencialidad o deficiencias de la parroquia en el sector turístico.	Prestadores de servicios	Posibilidades de llevar un seguimiento de su negocio e implementar estrategias de mejoramiento o atenuación internas.	Socializarse con el empleo y manejo del formato para aplicarlo de forma óptima
			GAD de Pedro Moncayo	Estadísticas globales fidedignas que le permitan desarrollar un adecuado plan de acción	Aprobación, refrendación y distribución de los formatos propuestos hacia los prestadores de servicios y atractivos turísticos.
			Turistas	Sugerencias en cuanto a atractivos y servicios complementarios que podrían requerir durante su visita.	Marketing de boca en boca hacia turistas potenciales.

Figura 131 Matriz de involucrados en las estrategias

Nota: El Mintur participa indirectamente en todas las estrategias que tienen como resultado material publicitario y de promoción, ya que según el Art. 189 del Reglamento de Actividades Turísticas esta entidad debe autorizar el uso de estos medios.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- A lo largo de la presente investigación logró comprobarse que el turismo es imperceptible en el desarrollo socioeconómico de la parroquia de Tabacundo, misma que a pesar de contar con atractivos turísticos no los potencializa, a esto se suma que posee escasa población que practique turismo local y no está posicionada como destino en el turismo interno; sin embargo, se identificó que sus habitantes y los prestados de servicios de la planta turística están predispuestos a emprender o mejorar sus negocios, siempre y cuando tengan el respaldo del GAD de Pedro Moncayo, pero por el contrario, esta entidad no cuenta con la organización ni con los recursos económicos necesarios para invertir en este campo, a razón de esto las estrategias planteadas se direccionan a posicionar a Tabacundo como destino turístico sin el requerimiento de una fuerte inversión y con la seguridad de un trabajo en conjunto para beneficio de toda la parroquia.
- En relación con las bases teóricas aplicadas se concluye la escasez de estudios científicos direccionados a la relación que mantiene el turismo-con indicadores sociales y económicos a nivel nacional, y la inexistencia de investigaciones similares en la parroquia, en consecuencia se analizaron aspectos globales comparándolos con el acontecer del sector para obtener una base fiable a partir de la cual se desarrolle las estrategias que integran la propuesta.

- Como resultado del diagnóstico situacional se determinó que pese al entorno económico global, en el país no se ha registrado una economía en recesión o desaceleración y por ello la calidad de vida de los ecuatorianos no se ha visto afectada; no obstante, tales estadísticas generalizan a la población pero Tabacundo como parroquia urbana de un cantón agrícola no se puede identificar totalmente dentro de estos indicadores, dado que la distribución de la riqueza en el país no es equitativa y por lo general afecta en su mayor parte a los productores del sector primario.
- El estudio de mercado demostró que el sector turístico no ha sido el principal generador de empleo en Tabacundo, ya que la mayoría de pobladores a pesar de vivir en un área urbana se desplaza hacia las parroquias rurales para realizar actividades agrícolas y florícolas, por otra parte los pocos prestadores de servicios se limitan en la contratación de personal por ser negocios netamente familiares y por la escasez de utilidades que generan, en tal sentido con el fin de lograr una distribución de la riqueza más equitativa se plantearon estrategias que involucren directamente a los pobladores de la parroquia y que dinamicen la economía a través del sector turístico.
- Con el fin de plantear las correctas estrategias que direccionen al crecimiento del sector turístico, se analizaron la posición de todos los actores involucrados, de tal manera se dedujo que el habitante de Tabacundo desconoce de la potencialidad turística de la zona, el prestador de servicios carece de una entidad reguladora y de capacitaciones, el GAD no cuenta con los recursos económicos y no prioriza al turismo como un sector dinamizador de la economía, el turista en su mayoría es local y no tiene acceso a suficiente información acerca de los recursos que tiene Tabacundo, y los atractivos turísticos carecen de estadísticas que muestren el nivel

de visitantes y el impacto que dejan. Sobre esta base se formularon cuatro estrategias dirigidas que integran la participación de los actores mencionados, cada una de ellas tiene como finalidad posicionar a la parroquia como un destino turístico de calidad por lo menos a nivel provincial sin necesidad de invertir grandes recursos, sino con la priorización, organización y respaldo del GAD, donde se radica el éxito de la propuesta.

5.2. Recomendaciones

- Es imprescindible que el GAD de Pedro Moncayo reconozca al sector turístico como el tercer generador de ingresos en el cantón y en la parroquia de Tabacundo con el fin de poner en marcha no solo esta propuesta sino los proyectos que previamente se han planificado y que lamentablemente no han concluido, dado que algunos de estos no requieren inversión sino un trabajo en conjunto y priorización, con este preámbulo se fortalecerían los atractivos existentes a nivel provincial y por consiguiente el porcentaje de ingresos en la planta turística crecería beneficiando incluso al resto de pobladores.
- Las instituciones educativas de tercer y cuarto nivel que otorgan títulos afines al turismo deberían enfatizar en la neta investigación y proposición de indicadores que relacionen el turismo con el progreso de la población, bajo esta condición cabe denotar que si existen ciertos indicadores económicos pero estos no avanzan a determinar la influencia del turismo en la calidad de vida de los ecuatorianos, más bien se limitan a interpretar en qué medida contribuye el sector en los ingresos. Una de las alternativas podría ser el trabajo en conjunto de los investigadores, especialistas,

entidades reguladoras de cada zona con el fin de estandarizar estos hitos a nivel nacional a través del aval del Mintur.

- Los GAD's, municipalidades y juntas parroquiales deberían adjuntar a su informe de actividades un estudio estadístico que presente información más concisa acerca de la realidad económica y social que palpan sus pobladores, es decir no sólo el INEC debería ser la entidad que exponga este tipo de estadísticas sino que debería existir un respaldo periódico por parte de cada gobernación.
- Tanto prestadores de servicios como pobladores deberían tomar conciencia, proteger y aprovechar los recursos turísticos que poseen, esto solo se puede lograr a través de la correcta información acerca de la riqueza que conlleva cada uno de los atractivos, en consecuencia sería correcto que el GAD con el apoyo de otras organizaciones turísticas tales como la CAPTUR, AHOTEC, Mintur, entre otras, brinden charlas de emprendimiento y de revalorización en el ámbito, esto con el objeto de incrementar la inversión en el sector; al mismo tiempo estas entidades deberían enfatizar en charlas con un enfoque más especializado hacia los empresarios, propietarios de las haciendas, florícolas y demás para que también inviertan en el sector.
- En relación con la propuesta planteada se recomienda evaluar la factibilidad de las estrategias y priorizarlas de acuerdo a criterios internos que maneje el GAD, como complemento no se debería dejar de gestionar capacitaciones con entidades educativas afines a la rama turística y en un mediano plazo conseguir el patrocinio del Mintur para dichos talleres, de igual manera se recomienda que estas mismas autoridades establezcan formatos estandarizados que ayuden a obtener estadísticas y parámetros que direccionen al

prestador de servicios hacia qué tipo de turismo deberían enfocarse, tales formatos podrían socializarse en estas capacitaciones.

REFERENCIAS

- Arévalo, G., & Guerrero, H. (2014). Turismo de salud por medio de aprovechamiento de aguas termales. Caso de la Ruta de la Salud Michoacán. *Economía y Sociedad*, 121-143.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (Sexta edición ed.). Caracas: EPISTEME C.A.
- Azevedo, J., & Gomes, C. (2013). El ocio y el turismo en los artículos publicados en revistas académicas de turismo. . *Estudios y perspectivas en turismo*, 875-892.
- Banco Mundial. (2016). *Banco Mundial*. Obtenido de Inflación, precios al consumidor (% anual): <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=EC>
- Banco Mundial. (2016). *Banco Mundial*. Obtenido de PIB per cápita (US\$ a precios actuales): <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=EC>
- Boza , Á., Méndez, J. M., Monescillo, M., & Toscano, M. (2010). *Educación, Investigación y Desarrollo Social*. España: Narcea S.A.
- Brida, J., London, S., & Rojas, M. (2014). El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias intertemporales de los agentes. *Investigación Económica*, 139.
- Cedeño , D., & Zambrano, C. (2014). *Plan de desarrollo turístico para la parroquia de Cutuglagua, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha*. Quito.
- Cegarra, J. (2011). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD). (19 de Octubre de 2010). *Organization of American States* . Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf
- Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas. (2016). *CENU-Comisión de Estadística de las Naciones Unidas*. Obtenido de <http://bit.ly/2aUsAwS>
- Correa, E., & Déniz, J. (2008). *América Latina y Desarrollo Económico-Estructura, inserción externa y sociedad*. Madrid: Akal S.A.
- Díaz Narváez, V. P. (2009). *Metodología de la Investigación Científica y Bioestadística para profesionales y estudiantes de Ciencias de la Salud*. Chile: RIL Editores.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de Marketing* (Quinta ed.). México: Cengage Learning Inc.
- Fuertes, A., & Gatica, L. (2008). *De la economía global al desarrollo local*. Valencia: Publicacions de la Universitat de Valencia PUV.
- Fundación BBVA. (2012). *Enseñar y aprender en épocas de cambios: XXVI Premios Francisco Giner de los Ríos a la Mejora de la Calidad Educativa*. Bilbao: Fundación BBVA.

- Huertas, R., & Domínguez, R. (2008). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. España: Publicaciones I Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2015). *Ecuador en cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2016). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo-Indicadores Laborales*. Quito. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Diciembre-2016/122016_Presentacion_Laboral.pdf
- Ivanov, S., & Webster, C. (2006). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13(3), 379-388.
- Jimenez, A. d. (1993). *TURISMO. ESTRUCTURA Y DESARROLLO*. México: McGraw.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía. Macroeconomía*. Barcelona: Reverté S.A.
- Lamboggia, J. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso del Ecuador*. Quito.
- Melgosa, F. (2012). *Código Turismo*. España: Wolters Kluwer España S.A.
- Ministerio de Turismo (Mintur). (06 de Mayo de 2008). *MIntur*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo (Mintur). (05 de Julio de 2012). *MIntur*. Obtenido de <http://bit.ly/2aYwR4M>: <http://bit.ly/2aYwR4M>
- Muñoz, J. (2011). *El plan de desarrollo sostenible de Cabo de Gata-Níjar, ¿una oportunidad perdida?* Almería: Universidad de Almería.
- Olmos, L., & García, R. (2011). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Ediciones Paraninfo SA.
- Patlán Pérez, J. (2016). *Calidad de vida en el trabajo*. México: El Manual Moderno S.A.
- Peña, E. (2011). *México, la gran esperanza: Un Estado Eficaz para una democracia de resultados*. Kindle Edition: México.
- Pliego López, F. (2011). *Diccionario de Estadística Económica y Empresarial*. Madrid: Ecobook-Editorial del Economista.
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Marketing Promocional*. Málaga: Vertice.
- Pulido, F. J. (2012). *Política económica del turismo*. España : Ediciones Pirámide. Obtenido de <http://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=2957098>
- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos del turismo: teoría, clasificación y actividad*. (Segunda ed.). San José: Universidad Estatal a Distancia.
- Ramírez Bacca, R. (2010). *Introducción teórica y práctica a la investigación histórica. Guía para historiar en las ciencias sociales*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Real Academia Española. (2016). *Real Academia Española*. Recuperado el 09 de 08 de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=2Vga9Gy>

- Rivas, J., & Ildfonso, E. (2013). *Comportamiento del consumidor: Decisiones y estrategia de marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Rodriguez, G., & Martínez, F. (2009). *Nuevos retos para el turismo*. España: Netbiblo S.L.
- Ruiz, E., & Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en el Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala.
- Vera Rebollo, F., & Marchena Gómez, M. (2014). Turismo y Desarrollo: Un planteamiento actual. *Papers de turisme*, 26.
- Vera, J. F. (2007). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona - España: Ariel.
- Zermeño, F. (2010). *Lecciones de desarrollo económico*. México: Plaza y Valdés S.A.