



**ESPE**  
**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS**  
**INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

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

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**AUTOR: AGUIRRE ARROBA KARINA MAGALY**

**TEMA: “PROPUESTA PARA LA REACTIVACIÓN DEL  
CENTRO DE INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN  
TURÍSTICA EL VALLECITO RUMIPAMBA DEL CANTÓN  
RUMIÑAHUI”**

**DIRECTOR: MSC. JENNY SUÁREZ**

**CODIRECTORA: MSC. MÓNICA AGUIRRE**

**Sangolquí, Mayo 2014**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS -ESPE**  
**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**CERTIFICADO**

MSC. JENNY SUÁREZ

MSC. MÓNICA AGUIRRE

**CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “**PROPUESTA PARA LA REACTIVACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA EL VALLECITO RUMIPAMBA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI**” realizado por AGUIRRE ARROBA KARINA MAGALY, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Debido a que ha concluido el trabajo se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a KARINA MAGALY AGUIRRE ARROBA que se entregue a la LIC. GEOAMARA TROYA en su calidad de Directora de la Carrera.

Sangolquí, Mayo del 2014

---

MSC. JENNY SUÁREZ

CC: 171250691-2

DIRECTORA CODIRECTORA

---

MSC. MÓNICA AGUIRRE

CC: 170546428-5

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

AGUIRRE ARROBA KARINA MAGALY

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “PROPUESTA PARA LA REACTIVACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA EL VALLECITO RUMIPAMBA DEL CANTÓN RUMIÑAHUI ”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

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

Sangolquí, Mayo del 2014

---

KARINA MAGALY AGUIRRE ARROBA

CC: 1719696062

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS -ESPE****TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA****AUTORIZACIÓN**

Yo, AGUIRRE ARROBA KARINA MAGALY

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo, **“PROPUESTA PARA LA REACTIVACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA EL VALLECITO RUMIPAMBA DEL CANTON RUMIÑAHUI”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Mayo del 2014

---

KARINA MAGALY AGUIRRE ARROBA

CC: 1719696062

## DEDICATORIA

*El presente trabajo se los dedico con toda mi gratitud y cariño a mi Madre, a mi Hermano, a mis Abuelitos, a mi Tío Klever y a la memoria de mi Tía política Mónica. Que confiando íntegramente en mí me dieron su incondicional y constante apoyo para seguir adelante en mis estudios y alcanzar una de mis metas.*

**KARINA AGUIRRE**

## AGRADECIMIENTO

*Expreso mi amor y gratitud a Dios, por darme la vida, fuerzas y dedicación para mis estudios, por concederme una familia muy unida que con su carisma han inculcado cariñosamente en mi la responsabilidad, el respeto, la obediencia, valores fundamentales para lograr mis metas y sueños exitosamente.*

*Muy particularmente agradezco a mi Madre y a mi Hermano por hacer tuyas mis necesidades y apoyarme en todos mis propósitos y aspiraciones.*

*A mis amigos y compañeros de aula por aquellos gratos y solidarios momentos compartidos. A los señores profesores que en su momento coadyuvaron mi preparación académica*

**KARINA AGUIRRE**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO .....	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	ii
AUTORIZACIÓN .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
<b>CAPITULO I</b>	
1.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1.OBJETIVOS .....	1
1.1.1.OBJETIVO GENERAL.....	1
1.1.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	1
1.2.GENERALIDADES .....	2
1.2.1.Antecedentes .....	4
1.2.2.Costumbres y tradiciones .....	4
1.2.3.Atractivos turísticos .....	9
1.2.3.1.Factores a considerarse en el atractivo natural.....	10
1.2.3.2.Clasificación de los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui.....	11
1.2.4.Gastronomía.....	21
1.3.CENTROS DE INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA EN EL CANTÓN.....	22
1.3.1.Centros de Interpretación turística .....	22
1.3.1.1.Operaciones del Centro de Interpretación.....	23
1.3.2.Centros de Información turística.....	23
1.3.2.1.Operaciones del Centro de Información Turística .....	24
1.3.3.Centros de Información turística de Referencia.....	25
Oficina Principal Centro Histórico - El Quinde, La Tienda de la Ciudad .....	25
La Mariscal.....	25
Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, Arribo Internacional (Tababela) .....	25
Terminal Terrestre Quitumbe .....	25
Chimbacalle... ..	25
1.3.4.Reactivación de Actividades en el sector turístico.....	26
1.3.5.El Vallecito .....	26
1.4.EL TURISMO EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.....	27

1.4.1.Promoción y difusión turística .....	28
1.4.2.Actividades turísticas .....	29
1.4.3.Tipo de turismo .....	34
<b>CAPITULO II</b>	
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	36
2.1.Población Económicamente Activa del cantón.....	36
2.2.CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO EN EL CANTÓN.....	38
2.2.1.Flujo turístico .....	39
2.3.Temporada turística .....	40
2.3.1.Turismo en cifras .....	42
2.4.TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA .....	44
2.5.LA PARROQUIA DE RUMIPAMBA .....	46
2.5.1.Antecedentes .....	47
2.5.2.Densidad poblacional.....	47
2.5.3.Economía de la Parroquia de Rumipamba.....	47
2.5.4.Turismo en Rumipamba.....	48
2.5.5.Tendencia turística por turismo ecológico al Cantón Rumiñahui.....	50
2.6.ANÁLISIS SITUACIONAL DE RUMIPAMBA.....	51
2.6.1.Sistema Físico Ambiental .....	51
2.6.1.1.Recursos hídricos .....	52
2.6.1.2.Geología y Geomorfología.....	52
2.6.1.3.Suelo .....	53
2.6.1.4.Tipo de Vegetación y Clasificación Agrícola.....	53
2.6.1.5.Riesgo Volcánico .....	54
2.6.2.Sistema Económico Productivo .....	55
2.6.3.Turismo .....	57
2.6.4.Superestructura .....	58
2.6.5.Responsabilidad organizacional.....	58
2.6.5.1.Estructura organizada.....	59
2.6.6.Proyectos de Desarrollo .....	60
2.7.ANÁLISIS DEL MERCADO.....	62
2.7.1.Análisis de oferta turística.....	62
2.7.1.1.Servicios turísticos .....	65
2.8.ANÁLISIS DE DEMANDA.....	65

2.8.1.Demanda turística histórica.....	66
2.8.2.Demanda turística actual.....	66
2.8.3.Demanda turística proyectada.....	67
2.8.4.Demanda Insatisfecha.....	69
2.8.5.Demanda Potencial.....	70
2.8.6.Demanda de cobertura.....	71
2.8.7.Análisis y presentación de resultados.....	71

### **CAPITULO III**

3.METODOLOGÍA.....	73
3.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	73
3.2.ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	73
3.2.1.Enfoque cuantitativo.....	74
3.2.2.Enfoque cualitativo.....	74
3.3.MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	75
3.4.MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	75
3.5.TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	76
3.6.ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.....	77
3.6.1.Procesamiento de la información.....	77
3.6.2.Presentación final de resultados.....	78
3.7.CÁLCULO DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	78
3.7.1.Definición de la población.....	79
3.7.2.Estimación de la Muestra.....	80
3.8.DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	81
3.9.ANÁLISIS ES INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	86

### **CAPITULO IV**

4.LA PROPUESTA.....	110
4.1.ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	111
4.1.1.Estructura Organizacional del Centro.....	112
4.1.2.Estructura Funcional del Centro.....	113
4.1.3.Estudio Administrativo.....	114
4.1.3.1.Imagen Corporativa.....	116
4.1.4.Análisis Legal.....	119
4.1.4.1.Constitución Legal del Centro de Información e Interpretación Turística El Vallecito.....	120

4.2.ESTUDIO TÉCNICO .....	123
4.2.1.Diseño técnico del Centro de Interpretación e Información Turística .....	124
4.2.2.Planificación y diseño técnico del centro de interpretación e información.....	126
4.2.2.1.Localización del Proyecto.....	126
4.2.2.2.Tamaño del proyecto.....	128
4.2.2.3.Ingeniería del Proyecto .....	130
4.2.3.Descripción del Centro de Información e Interpretación Turística.....	132
4.2.3.1.Función informativa.....	132
4.2.3.2.Función interpretativa .....	134
4.2.3.3.DISEÑO DE LA SALA DE INTERPRETACIÓN .....	135
4.2.3.4.Programa para la infraestructura interpretativa.....	141
4.2.4.Procesos .....	145
4.2.4.1.Flujo gramas de procesos.....	147
4.2.5.Paquetes turísticos.....	150
4.3.ESTUDIO FINANCIERO .....	157
4.3.1.Inversión inicial .....	158
4.3.1.1.Inversión fija .....	159
4.3.1.2.Inversión diferida.....	164
4.3.1.3.Inversión capital de trabajo.....	165
4.3.2.Financiamiento.....	165
4.3.3.Tabla de amortización.....	166
4.3.4.Costo total .....	167
4.3.4.1.Costo de producción .....	167
4.3.4.2.Costos operacionales.....	171
4.3.5.Ingreso total .....	172
4.3.5.1.Cantidad demanda.....	173
4.3.5.2.Cálculo del precio .....	174
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	185
5.1. CONCLUSIONES .....	185
5.2. RECOMENDACIONES.....	186
BIBLIOGRAFÍA .....	187

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Rumiñahui.....	12
Tabla 2 Centros de Información Turística de referencia.....	25
Tabla 3 Calendario de feriados nacionales Ecuador 2014.....	40
Tabla 4 Frecuencia de visita desde la ciudad de Quito.....	42
Tabla 5 Turistas por lugar visitado para el año 2011.....	43
Tabla 6 Flujo turístico en el Cantón Rumiñahui.....	43
Tabla 7 Flujo turístico Ecológico.....	51
Tabla 8 Componente Biótico.....	53
Tabla 9 Riesgo Volcánico.....	55
Tabla 10 Sistema Económico Productivo.....	55
Tabla 11 Grupo de Ocupación.....	56
Tabla 12 Categoría de Ocupación.....	56
Tabla 13 Planta Turística.....	58
Tabla 14 Proyectos Manejo Territorial.....	59
Tabla 15 Oferta turística histórica.....	63
Tabla 16 Oferta turística Actual.....	63
Tabla 17 Oferta turística proyectada.....	64
Tabla 18 Demanda turística histórica.....	66
Tabla 19 Demanda turística actual.....	67
Tabla 20 Demanda turística proyectada.....	68
Tabla 21 Demanda turística insatisfecha.....	69
Tabla 22 Demanda turística potencial.....	70
Tabla 23 Demanda de cobertura.....	71
Tabla 24 Proceso a seguirse para la presentación de los resultados de Investigación.....	78
Tabla 25 Flujo de ingreso turístico a la Provincia de Pichincha para el año 2012 y 2013.....	79
Tabla 26 Visita al cantón Rumiñahui.....	86
Tabla 27 Atractivos turísticos visitados y conocidos en Rumiñahui.....	87
Tabla 28 Frecuencia de Visita al cantón Rumiñahui.....	89
Tabla 29 Destino turístico de interés en el cantón Rumiñahui.....	90
Tabla 30 Problemas en la selección de los destinos turísticos en el cantón Rumiñahui.....	92
Tabla 31 Factores tomados en cuenta al momento de seleccionar un	

destino turístico.....	93
Tabla 32 Nivel de satisfacción con la información turística actual.....	95
Tabla 33 Conformación del grupo de visita a los atractivos.....	96
Tabla 34 Fecha de mayor interés para efectuar turismo en el cantón Rumiñahui.....	97
Tabla 35 Presupuesto promedio destinado para actividades turísticas.....	99
Tabla 36 Forma de contratación para la ejecución de actividades turísticas.....	100
Tabla 37 Idioma de mayor demanda para prestar el servicio de información turística.....	101
Tabla 38 Problemas frecuentes en el manejo de información turística.....	103
Tabla 39 Manifestaciones culturales de mayor interés en el cantón Rumiñahui.....	104
Tabla 40 Actividades de planificación a ejecutarse en el área turística.....	106
Tabla 41 Interés y compromiso de implementar los servicios propuestos.....	107
Tabla 42 Porcentaje adicional a pagarse por la contratación de servicios.....	108
Tabla 43 Índice de potencial interpretativo de los atractivos naturales de la Parroquia de Rumipamba.....	125
Tabla 44 Tamaño de Proyecto.....	128
Tabla 45 Tamaño de la Planta.....	129
Tabla 46 Requerimiento de Construcción.....	131
Tabla 47 Requerimiento de Instalación.....	131
Tabla 48 Equipos de oficina.....	131
Tabla 49 Función Informativa.....	133
Tabla 50 Función Interpretativa.....	134
Tabla 51 Inversión Total.....	158
Tabla 52 Inversión Fija.....	159
Tabla 53 Equipos uso Técnico.....	160
Tabla 54 Equipos de oficina.....	160
Tabla 55 Equipos de computación.....	161
Tabla 56 Requirimientos Blancos.....	161
Tabla 57 Muebles de descanso.....	162
Tabla 58 Muebles de oficina recepción.....	162
Tabla 59 Muebles de restaurante.....	163
Tabla 60 Muebles de exposición.....	163
Tabla 61 Vehículo.....	164
Tabla 62 Inversión diferida.....	164
Tabla 63 Capital de trabajo.....	165

Tabla 64	Financiamiento.....	166
Tabla 65	Costos operacionales.....	167
Tabla 66	Costos de producción.....	168
Tabla 67	Costos de mano de obra directa.....	168
Tabla 68	Costos de mano de obra indirecta.....	169
Tabla 69	Costo indirecto de fabricación.....	169
Tabla 70	Requerimiento de insumos de limpieza.....	170
Tabla 71	Requerimiento de suministros de oficina.....	170
Tabla 72	Requerimiento de servicios básicos.....	170
Tabla 73	Gastos de administración.....	171
Tabla 74	Gastos administrativos.....	172
Tabla 75	Gastos de venta.....	172
Tabla 76	Ingreso total.....	173
Tabla 77	Cantidad demandada.....	173
Tabla 78	Demanda proyectada.....	174
Tabla 79	Cálculo del precio.....	174
Tabla 80	Estado de resultados.....	175
Tabla 81	Flujo neto de efectivo.....	176
Tabla 82	Punto de equilibrio.....	177
Tabla 83	Tasa mínima de rendimiento financiero.....	178
Tabla 84	Valor actual neto.....	179
Tabla 85	Valor actual neto.....	179
Tabla 86	Tasa interna de retorno.....	180
Tabla 87	Tasa interna de retorno.....	180
Tabla 88	Relación beneficio costo.....	181
Tabla 89	Relación beneficio costo.....	182
Tabla 90	Periodo de recuperación de la inversión.....	183
Tabla 91	Periodo de recuperación de la inversión.....	183

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa del Cantón Rumiñahui.....	3
Figura 2 Mapa político del Cantón Rumiñahui.....	3
Figura 3 Costumbres y tradiciones del cantón Rumiñahui.....	5
Figura 4 Fiestas tradicionales del Cantón Rumiñahui.....	6
Figura 5 Fiestas del pase del niño en diciembre en el cantón Rumiñahui.....	7
Figura 6 Fiestas de cantonización en mayo.....	8
Figura 7 Fiestas del Maíz y el Turismo en septiembre.....	9
Figura 8 Atractivos turísticos.....	10
Figura 9 Iglesia Matriz de Sangolquí.....	13
Figura 10 Parque Juan de Salinas.....	14
Figura 11 Polideportivo El Ejido y Parque Santa Clara.....	14
Figura 12 Monumentos del Cantón Rumiñahui.....	16
Figura 13 Atractivos Naturales.....	19
Figura 14 Gastronomía en el Cantón Rumiñahui.....	22
Figura 15 Senderismo en el Cantón Rumiñahui.....	30
Figura 16 Atractivos culturales en el cantón Rumiñahui.....	31
Figura 17 La Villa Carmen, atractivo cultural.....	32
Figura 18 Cripta del Prócer Juan de Salinas.....	33
Figura 19 Actividades Turísticas a realizarse en el Cantón Rumiñahui.....	34
Figura 20 Población económicamente activa del cantón Rumiñahui.....	37
Figura 21 Agricultura del Cantón Rumiñahui.....	45
Figura 22 Ganadería del cantón Rumiñahui.....	46
Figura 23 Uso de Suelo de Rumipamba.....	54
Figura 24 Oferta turística proyectada.....	64
Figura 25 Demanda del proyecto... ..	68
Figura 26 Demanda insatisfecha.....	69
Figura 27 Visita al cantón Rumiñahui.....	87
Figura 28 Atractivos turísticos visitados y conocidos en Rumiñahui.....	88
Figura 29 Frecuencia de Visita al cantón Rumiñahui.....	89
Figura 30 Destino turístico de interés en el cantón Rumiñahui.....	91
Figura 31 Problemas en la selección de los destinos turísticos en el cantón Rumiñahui.....	92
Figura 32 Factores Tomando en cuenta al momento de seleccionar de un destino	

turístico.....	94
Figura 33 Nivel de satisfacción con la información turística actual.....	95
Figura 34 Conformación del grupo de visita a los atractivos.....	96
Figura 35 Fecha de mayor interés para efectuar turismo en el cantón Rumiñahui.....	98
Figura 36 Presupuesto promedio destinado para actividades turísticas.....	99
Figura 37 Forma de contratación para la ejecución de actividades turísticas.....	100
Figura 38 Idioma de mayor demanda para prestar el servicio de información turística.....	102
Figura 39 Problemas frecuentes en el manejo de información turística.....	103
Figura 40 Manifestaciones culturales de mayor interés en el cantón Rumiñahui.....	105
Figura 41 Actividades de planificación a ejecutarse en el área turística.....	106
Figura 42 Interés y compromiso de implementar los servicios propuestos.....	107
Figura 43 Porcentaje adicional a pagarse por la contratación de servicios.....	109
Figura 44 Organigrama estructural del Centro de Información e Interpretación El Vallecito.....	112
Figura 45 Organigrama funcional del Centro de Información e Interpretación El Vallecito.....	113
Figura 46 LOGOTIPO.....	119
Figura 47 Proceso Constitución.....	120
Figura 48 Macrolocalización.....	127
Figura 49 Microlocalización.....	128
Figura 50 Plano Arquitectónico.....	130
Figura 51 Ficha de Presentación Qhapac Ñan.....	135
Figura 52 Cascadas y el Río Pita.....	136
Figura 53 Rincón del Cóndor.....	137
Figura 54 Camino de los Libertadores.....	138
Figura 55 Miradores Naturales.....	139
Figura 56 Ficha de Presentación Qhapac Ñan.....	140
Figura 57 Diagrama de Circulación del Área de Interpretación.....	142
Figura 58 Rompecabezas de la ubicación de volcanes en la Sierra.....	143
Figura 59 Maqueta para actividad de entretenimiento.....	144
Figura 60 Proceso Operativo.....	147
Figura 61 Proceso de Difusión – Contacto personal.....	148
Figura 62 Proceso Comercial – Contacto institución.....	148
Figura 63 Proceso Comercial – Contacto Internet.....	149

## RESUMEN

El proyecto de investigación busca como objetivo efectuar un análisis técnico y económico sobre la posibilidad de reactivar un Centro de Información e Interpretación Turística en el sector del Vallecito ubicado en la Parroquia de Rumipamba.

La propuesta para la reactivación del Centro de Interpretación e Información Turística El Vallecito, el cual se ha venido promoviendo por el Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui, que conforma un circuito integral de turismo cultural, ecológico, histórico, gastronómico, artesanal y de aventura en la Parroquia de Rumipamba, fundamentada en los principios de protección del Patrimonio Ambiental, cultural, de desarrollo, social y económico de la población de Rumipamba.

El componente reactivación del Centro de Interpretación e Información Turística proporciona una combinación ordenada de inversiones en conservación y mantenimiento de sitios naturales, infraestructura de acceso y de servicios básicos, planes de manejo y de uso público.

Es precisamente la falta de aprovechamiento de estas áreas a través de un tratamiento adecuado lo que hace que muchas veces la gente no encuentre opciones de turismo y recreación, especialmente al aire libre y en contacto con la naturaleza y la belleza de los volcanes que rodea el Cantón Rumiñahui.

**PALABRAS CLAVES: CENTRO TURÍSTICO, ANÁLISIS FINANCIERA, COSTUMBRES, PLATOS TÍPICOS, CASCADAS.**

## **ABSTRACT**

The research project seeks to make objective technical and economic analysis on the possibility of reactivating the Centre for Information and Interpretation in Tourist sector located in Vallecito Rumipamba Parish.

The proposal for the revival of the Interpretation Centre and Tourist Information The Vallecito, which has been promoted by the Illustrious Rumiñahui Canton Township, comprises a comprehensive, ecological, historical, culinary, craft and adventure circuit of cultural tourism in the Rumipamba Parish, founded on the principles of protection of social and economic environmental, cultural heritage, development, population Rumipamba.

The recovery component of the Interpretation Centre and Tourist Information provides an orderly combination of investments in conservation and maintenance of natural locations, access infrastructure and basic services, management plans and public use.

It is precisely the lack of use of these areas through appropriate treatment which means that often people do not find options for tourism and recreation, especially outdoors and in touch with nature and the beauty of the surrounding volcanoes Canton Rumiñahui.

**KEYWORDS: RESORT, FINANCIAL ANALYSIS, CUSTOMS, TYPICAL DISHES, WATERFALL**

# CAPÍTULO I

## 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1. OBJETIVOS

#### 1.1.1. OBJETIVO GENERAL

Proponer la Reactivación del Centro de Interpretación e Información Turística en el Barrio el Vallecito sector Rumipamba con la finalidad de brindar a visitantes nacionales y extranjeros información correcta de cada uno de los atractivos del sector, equilibrando así el desarrollo turístico de cada uno de los mismos.

#### 1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente la demanda turística generada en el sector el Vallecito tanto nacional como extranjera mediante la aplicación de encuestas a fin de organizar la participación del centro
- Diagnosticar los atractivos turísticos en un estudio técnico a través del cual se definan la oferta turística a ser propuesta a través del centro a fin de potencializar aquellas que tengan mayor impacto e incidencia entre sus visitantes
- Diseñar una estructura organizacional ajustada a los principios de eficiencia productiva y asignativa a fin de minimizar costos de operación
- Establecer financieramente si la propuesta es viable mediante la validación de la metodología de relación beneficio costo a fin de recomendar, ejecutar o no la inversión

## 1.2. GENERALIDADES

En la provincia de Pichincha se encuentra el Cantón Rumiñahui, ubicada al sur de Quito, limita al este con el Valle de Tumbaco, al oeste por la Loma de Puengasí y al sur por el Cantón Mejía. Rumiñahui a su vez pertenece al Valle de los Chillos, el cual empieza en la parroquia de Amaguaña, separando a su cabecera cantonal Sangolquí; de la parroquia de Conocoto por el Río San Pedro; además de que a sus caudales naturales se suma el Río Pita que separa a Quito de Rumiñahui.

Tiene una extensión de 139km<sup>2</sup> dentro de la cual se encuentran tres parroquias urbanas que son Sangolquí, San Pedro de Taboada y San Rafael; y dos parroquias rurales que son Cotogchoa y Rumipamba.

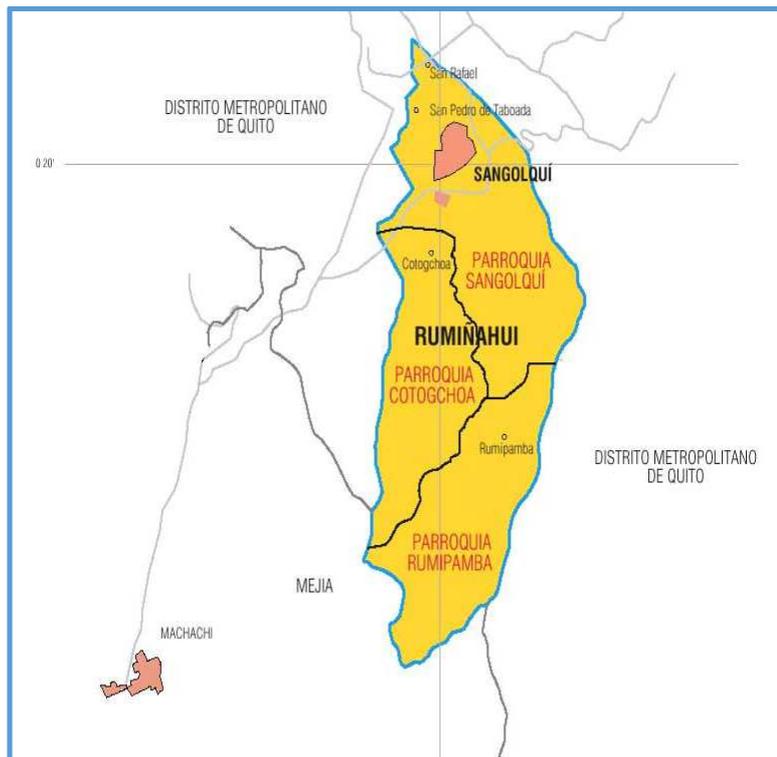
De acuerdo al último Censo Nacional de Población y Vivienda, ejecutado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010, los siguientes son los datos que corresponden al cantón Rumiñahui por parroquias:

### PARROQUIAS URBANAS

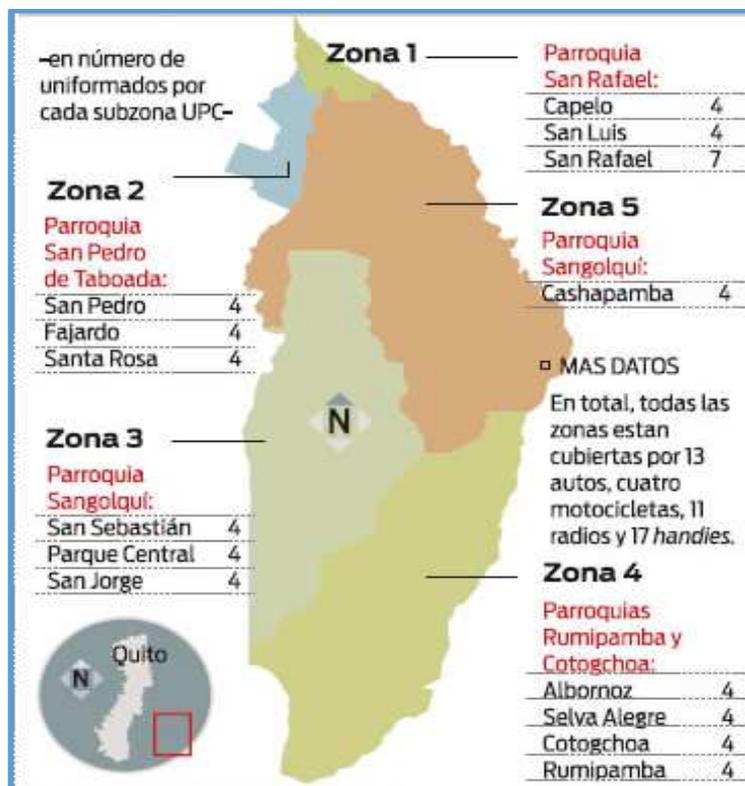
- Parroquia Sangolquí: 59.196 habitantes (68,95%); Superficie: 49.9 Km<sup>2</sup>.; Densidad poblacional de 1.186 hab./km<sup>2</sup>.
- Parroquia San Pedro de Taboada: 11.982 habitantes (14%); Superficie 4.9 Km<sup>2</sup>.; Densidad poblacional de 2.447 hab./km<sup>2</sup>.
- Parroquia San Rafael: 9.952 habitantes (11,6%); Superficie 2,7 km<sup>2</sup>.; Densidad poblacional de 3.686 hab./km<sup>2</sup>.

### PARROQUIAS RURALES

- Parroquia Cotogchoa: 3.937 habitantes (4,6%); Superficie: 34,6 Km<sup>2</sup>.; Densidad poblacional de 114 hab. /km<sup>2</sup>.
- Parroquia Rumipamba: 775 habitantes (0,9%); Superficie: 40,5 Km<sup>2</sup>.; Densidad poblacional de 19 hab. /km<sup>2</sup>.



**Figura 1 Mapa del Cantón Rumiñahui**  
 Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui



**Figura 2 Mapa político del Cantón Rumiñahui**  
 Fuente: Policía de Rumiñahui.

### **1.2.1. Antecedentes**

La idea de elevar a Cantón a Rumiñahui nació de la propuesta del Párroco Eloy Ortega y de Don Justino Estupiñán propietario de una hacienda que se ubicaba en lo que es hoy la fábrica Danec, esta continuo con el interés de organizar un comité pro cantonización encargado de llevar adelante los tramites de cantonización.

En enero de 1938 el señor Teodoro Arieta quien provenía de Alausí, jefe de la oficina de telégrafos y teléfonos, al ver el adelanto de la población y reuniendo ciertos requisitos para elevarla a categoría de cantón, se interesó por brindar ayuda en este punto de progreso que tanto les interesaba a sus habitantes.

El 4 de mayo de 1938 se presentó una solicitud de Cantonización al General Alberto Enríquez Gallo Jefe Supremo de la República, quien envió una comisión de estudio para que compruebe la situación física, económica y cultural de Sangolquí, la cual se presentó desde aquellos tiempos como centro de actividades. Finalmente el 31 de Mayo de 1938 el General Enríquez Gallo Decreta Cantonización con el nombre de Cantón Rumiñahui en honor y memoria al héroe único y autóctono del Reino de Quito. Actualmente el Cantón celebra sus 76 años de haber sido declarado Cantón.

### **1.2.2. Costumbres y tradiciones**

Entre las costumbres y tradiciones del cantón destacan las principales festividades costumbristas, y que intrínsecamente forman parte de la cultura de este cantón son las siguientes:

- **Semana Santa**

Recuerda la Vida y Pasión de Jesús, lo cual es representado mediante procesiones por las calles principales del cantón, y el Vía Crucis el Viernes Santo, lo cual representa las 7 palabras que Jesús habló ante sus apóstoles. A esta tradición

religiosa se une al Corpus Cristi en la que los pobladores ejecutan presuntuosas presentaciones de vestimentas y comparsas.



**Figura 3 Costumbres y tradiciones del cantón Rumiñahui**  
Fuente: Crónicas de Sangolquí. <http://quevivasangolqui.blogspot.com/>

- **Carnaval**

Las fiestas por carnaval se las realizan en el mes de febrero, las cuales son tradicionalmente celebradas posterior a las últimas misas de Niño que tienen inicio en diciembre por las festividades de Navidad. Su costumbre ha sido celebrar con juegos que mezclan agua, harina y huevos, a pesar de que su calendario cultural hoy en día incentiva a realizar actividades culturales como desfiles.



**Figura 4 Fiestas tradicionales del Cantón Rumiñahui**  
**Fuente:** Sangolquí vive sus comparsas en festividades. Diario Hoy (2013)

- **Pase del Niño**

En esta fiesta se tiene por costumbre nombrar priostes que son los anfitriones de las fiestas que se lleven a cabo debido a que son quienes organizarán y serán responsables del evento en el cual deberá brindar algo especial en cuanto a gastronomía, comprar camaretas y adornar el Belén representativo para las fiestas.



**Figura 5 Fiestas del pase del niño en diciembre en el cantón Rumiñahui**  
Fuente: Sala de Redacción UTPL

- **Fiestas de Cantonización**

Se realizan cada 31 de Mayo en el que participa toda su población con comparsas en el desfile, eligen a su Reina, llevan a cabo la corrida de toros populares y el juego más importante que es la “Posta del Chasqui” la cual tiene lugar desde Píllaro hasta la ciudad de Sangolquí.



**Figura 6 Fiestas de cantonización en mayo**  
**Fuente:** Fiestas de Cantonización de Rumiñahui. Diario Hoy (2013).

- **Fiestas del Maíz y el Turismo**

En estas fiestas participan las haciendas que forman parte del Cantón y aledañas, al mismo que por tradición presentan a sus mejores ejemplares de caballos a través del Desfile del Chagra, y los mejores toros también, los cuales llevan atados a sus lomos colchas que premian a los mejores participantes de sus fiestas en la plaza de toros.

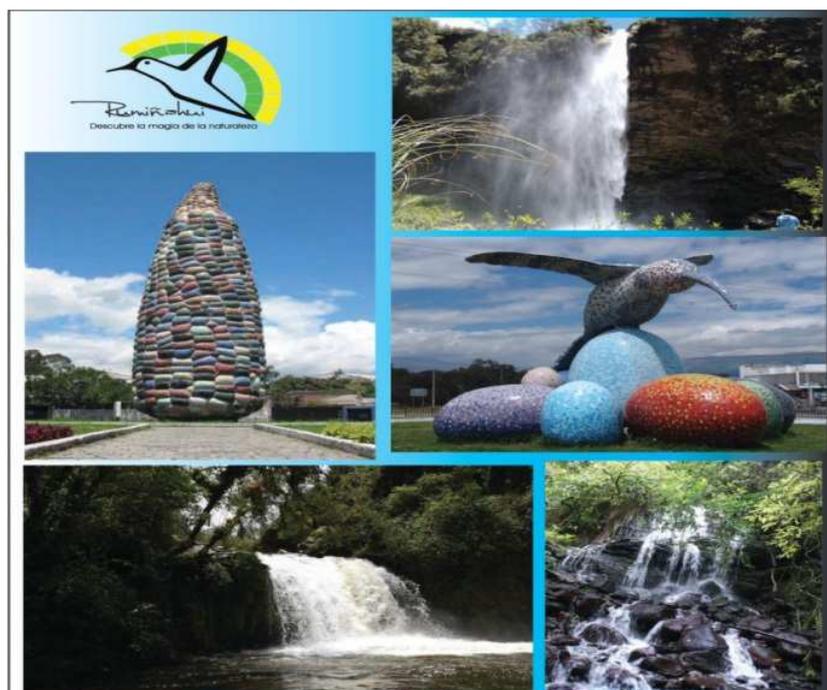


**Figura 7 Fiestas del Maíz y el Turismo en septiembre**  
**Fuente:** Fiestas Coloridas en Rumiñahui. La Hora (2013)

### **1.2.3. Atractivos turísticos**

Los atractivos que posee el Cantón Rumiñahui son de tipo cultural y natural. Los primeros se localizan en las poblaciones de San Rafael y Sangolquí; mientras que los de tipo natural se encuentran en sus sectores aledaños lejos de la infraestructura comercial, pero que también tienen posibilidades de desarrollar su potencial comunitario que les permita generar alternativas de progreso económico y fomento turístico.

Sus principales atractivos se relacionan con su gastronomía, por este motivo el tipo de visitantes que recibe es familiar, quienes buscan espacios de esparcimiento y recreación; para lo cual, existen lugares de riqueza natural constituyéndose como parte del gran atractivo turístico del cantón en el ámbito de actividades de aventura.



**Figura 8 Atractivos turísticos**  
Fuente: Dirección de Turismo de Rumuñaqui

### 1.2.3.1. Factores a considerarse en el atractivo natural

- **Clima**

Es un factor que propicia el hecho de que el Cantón sea un atractivo turístico. Este oscila en un rango que va desde los 16° a los 23° de temperatura, dando lugar a días calurosos; así como fríos, que son acompañados de lluvias en los meses de abril y octubre, haciendo que la zona sea fértil con amplios espacios verdes que pueden ser aprovechados por los turistas para descansar cuando el clima es temperado y agradable; es decir, cuando el invierno da paso al verano que ha llegado al Valle.

- **Flora y fauna**

Las especies de flora y fauna forman parte de las que se hallan en todo el callejón interandino; principalmente las que conforman las labores agrícolas y ganaderas de la población. Además se encuentran las especies de aves como la tórtola, mirlo, gallinazo negro, etc.; y las especies de árboles como el eucalipto que aunque no es originario de estas tierras ha crecido casi en toda la sierra por introducción. En los lugares más altos, es decir en el páramo, asoma otro tipo de vegetación como la gramínea que se pierde en cuanto la zona andina aparece con la nieve perpetua.

#### **1.2.3.2. Clasificación de los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui**

En este proceso ha sido importante tomar en cuenta los datos del Catastro de la Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui, mediante la que se identifican cuatro tipos: los sitios naturales, manifestaciones culturales e históricas, folklores y los acontecimientos programados. En la tabla siguiente se detallan las especificaciones de cada uno de ellos según elaboración de inventario de atractivos turísticos.

**Tabla 1. Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Rumiñahui**

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE
1. Sitios Naturales	1.1. Montañas	Ilaló Rumiñahui Sincholahua Pasochoa Antisana Puntas Cotopaxi
	1.2. Lagunas	Secas Santa Rosa
	1.3. Ríos	San Pedro Pita
	1.4. Cascadas	Del Río Pita El Purún Padre Urco Molinuco San Fernando Cóndor Machay
	1.5. Observación de Flora y Fauna	Rumipamba Loreto Molinuco Pasochoa Sincholahua
	1.6. Lugares de Pesca y caza	Rumipamba Molinuco
	1.7. Caminos Pintorescos	Camino del Inca
	1.8. Termas	El Tingo Angamarca La Merced Ilaló El Hueco Chitaloma Ushimana Tolontag
2. Manifestaciones Culturales e Históricas	2.1. Obras de Arte	Monumentos: Colibrí Rumiñahui Al Maíz Al Tiempo
	2.2. Lugares históricos	Hacienda Chillo Compañía
3. Folklore	3.1. Manifestaciones Religiosas	
	3.2. Música y danza	
	3.3. Artesanías	Platería Cerería
	3.4. Comidas y bebidas típicas	Hornado Cuy asado Chicha
4. Acontecimientos programados	4.1. Fiestas religiosas y profanas	Del maíz y del turismo Cantonización

**Fuente:** Catastros de la Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui

### 1.2.3.2.1. Descripción de atractivos Culturales y Naturales

En este acápite se efectúa una descripción de los atractivos que forman parte del inventario turístico en la zona, de acuerdo a la denominación mencionada.

## **Iglesia Matriz de Sangolquí**

Don Pío Guayasamín diseñó los planos de esta gran obra considerado símbolo de solidaridad y esperanza para su población; ya que, por aquellos tiempos que se levantó la iglesia se produjeron sismos, constituyéndose de estilo romano, el 9 de agosto de 1938.



**Figura 9 Iglesia Matriz de Sangolquí**  
**Fuente:** Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui

## **Plazas y Parques**

El Parque Juan de Salinas, nombre atribuido a uno de los próceres de la Independencia, se ubica en la plaza que ocupa la Iglesia Matriz, la cual se complementa con una pileta central traída desde la Plaza de la Independencia de Quito.

Actualmente se cuenta con un recientemente inaugurado parque llamando Santa Clara, el cual es de tipo recreacional, rodeado de bosque y atravesado por el río Santa Clara. Y El Parque Turismo que es el punto de encuentro principal ubicado en la Av. General Enríquez y Venezuela.



**Figura 10 Parque Juan de Salinas.**

**Fuente:** Dirección de Turismo del Ilustre Municipio de Rumiñahui



**Figura 11 Polideportivo El Ejido y Parque Santa Clara**

**Fuente:** Dirección de Turismo del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui

## **Monumentos**

### *Monumento a la sed*

Para los visitantes que llegan desde Quito el primero a conocer es el monumento a La Sed del Indio ubicado en San Rafael, la cual representa a un campesino que al momento de su descanso busca el agua y parece no encontrarla; el hombre sentado, toma agua de un pilche, casi lamiéndolo. Es una obra de denuncia que puede tener múltiples interpretaciones, en primera instancia a los problemas sociales que tiene el

campesino por la marginación histórica de que ha sido objeto y, en segunda, por la importancia que tiene en el presente el cuidado del agua.

### *El Monumento a Rumiñahui*

Obra del genial maestro de las artes plásticas Oswaldo Guayasamín de raíces sangolquileñas. La obra duro nueve años de construcción, mide una altura promedio de 18,30 m. y está realizada en bronce repujado, hierro, y hormigón. El 11 de noviembre de 1978 se firma el convenio para iniciar esta construcción, el maestro Guayasamín realizó los planos generales de este colosal monumento del héroe indio “RUMIÑAHUI”, defensor de la nacionalidad ecuatoriana.

La inauguración de este monumento se la realiza el mes de mayo de 1994. Está compuesto por: la base, de cerámica de color rojo que representa la quema de Quito, pues Rumiñahui pregonaba a sus tropas: “Solo fuego y cenizas para los invasores”; Las lanzas simbolizan al pueblo indio en pie de lucha; los brazos extendidos significan la victoria y resistencia de nuestra cultura indígena.

### *El monumento al Maíz*

El siguiente continuando con el circuito norte sur de Sangolquí, es el monumento al Maíz, fue construido por el afamado pintor y escultor ecuatoriano Gonzalo Endara Crow, como gesto de inmenso aprecio por este terruño. Realiza la entrega de este monumento en el año de 1989, el pueblo de Sangolquí recibió la gran ofrenda de hierro, hormigón y cerámica, de 10m de alto y 4m de diámetro, con aprecio y lo ha hecho parte de su identidad. Endara Crown supo plasmar en este monumento el dorado manjar de los dioses utilizando su característico y optimista estilo naif, recordando en esta obra la fertilidad del Valle de los Chillos. Obra artística realizada por el maestro en respuesta a su permanente búsqueda de vitalidad existente en las cosas sencillas.

### *El monumento al Colibrí*

Otra creación escultórica del artista Endara Crow reúne en un espacioso redondel inmensos huevos destinados a convertirse en la morada eterna de un colibrí que despliega sus alas, no para volar sino para protegerlos. Frágil y delicado, el pequeño colibrí refleja en su plumaje toda la riqueza de las regiones andinas. Viste su cuerpo con tonos multicolores: el verde que refleja la constante renovación de la madre naturaleza; el color negro que retrata a la tierra; la solemnidad del sol que se refleja en el amarillo, el anaranjado y el oro; el gran símbolo de lucha, esfuerzo, guerra y sangre; y con el azul oscuro, energía y salud.



**Figura 12 Monumentos del Cantón Rumiñahui**

**Fuente:** Dirección de Turismo del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui

#### **1.2.3.2.2. Atractivos Naturales**

Las distintas elevaciones que rodean al Valle de Los Chillos, dentro del cual se ubica parte del Cantón Rumiñahui, hacen posible que varios ríos formen parte de esta zona dando lugar a la formación de cascadas, a las cuales es una aventura llegar, siendo estas el principal atractivo natural del cantón. Entre ellas se encuentran:

- **Cascada del Río Pita**

La cascada del río Pita tiene una altura aproximada de 60 metros. En este sitio puede encontrar servicio de guía, restaurante y un área designada para camping. Se encuentra ubicado en el sector de Molinuco a 16 Km. de la ciudad de Sangolquí. El clima comprende los 14° C. En la ruta por los senderos de la Gran Cascada se encuentran remanentes de bosques primarios y secundarios como: eucalipto, mora, cedro, guayacán, entre otros.

- **Cascada de Vilatuña**

A 70 minutos de Quito y a 35 de Sangolquí, dirigiéndose por la av. Atahualpa y la carretera empedrada (17 km) del Camino del Inca, se llega al sendero de las cascadas de Vilatuña, ubicado en la parroquia Rumipamba, en el cantón Rumiñahui. El recorrido se inicia en el puente de La Caldera (sector El Vallecito) y sigue el transcurso descendiente del río Pita. En este trayecto, los visitantes se rodean de un espeso bosque y rocas que, después de miles de años, han sido cubiertas por líquenes y musgos de raíces ácidas, que desintegran la piedra para convertirla, de a poco, en suelo fecundo. Los pájaros, que se esconden entre las ramas, acompañan con su canto al caminante. En esta área viven curiquingues y patillos que, caprichosos, se escapan rápidamente del ojo humano o del lente de una cámara. Durante la travesía se observan cinco cascadas. La última, la de Vilatuña, es una pendiente de 40 metros, que es la antesala para llegar a la parte alta de la chorrera Molinuco, que tiene una caída de 60 metros de altura. En este punto, y luego de dos horas de caminata, termina el recorrido. A lo largo de 2 km se experimenta sensaciones de riesgo para finalmente contemplar la majestuosidad de un paraíso terrenal lleno de paz y tranquilidad.

- **Cascada el Molinuco**

Es un lugar propicio para disfrutar del entorno natural, el turista gozará de una experiencia única y muy divertida. Molinuco, está rodeado de vertientes, chorreras,

flora y fauna diversa, en fin, de un sinnúmero de rincones únicos y privilegiados que hacen de este, un paraje mágico e inolvidable. Se encuentra situada cerca de la ciudad de Sangolquí, específicamente en la parroquia de Cashapamba, dada la ubicación es un lugar que tiene cierta restricción al transporte público, ya que está un poco fuera del camino. Se puede llegar al mismo de la siguiente manera: partiendo desde Quito, se pasa por la parroquia de San Rafael, se accede a la parroquia de Sangolquí (Sector el Colibrí), posteriormente se toma la vía a Pintag y se llega hasta el Barrio Cashapamba, posteriormente se avanza hasta el barrio Loreto y se llega a Rumipamba al sector del Molinuco.

- **Cóndor Machay**

La cascada de Cóndor Machay se encuentra ubicada en la parroquia de Rumipamba, en el trayecto del río Pita, con una altura aproximada de 80 metros. Por la Rivera del río Pita, se avanza aguas arriba en una caminata que dura tres horas aproximadamente, hasta llegar a este fascinante lugar. El lugar donde se encuentra la cascada cuenta con un clima agradable para visitarlo y una temperatura variada. En lo que respecta a la flora, en su recorrido es común observar varias plantas alimenticias como son los cultivos, así tenemos; maíz, arveja, hortalizas, árboles frutales: tomate, aguacate. En terrenos más altos se cultiva trigo, cebada, choclos, papas, habas, mellocos, ocas, entre otros. Está cubierto por bosques siempre verdes, estos bosques suben, variando sus características de acuerdo a la altura, donde asoma vegetación totalmente diferente, conocida con el nombre de páramo y caracterizada principalmente por la presencia de gramíneas, esta a su vez se pierde paulatinamente con la altura para dar paso primero a una vegetación alpina y luego a la nieve perpetua en adelante. La fauna del lugar está representada por especies como; el ganado vacuno, caballos, mulas, caprino y asnos. Además de una infinidad de aves voladoras como: la tórtola, mirlo, gallinazo negro.

- **Padre Urco.**

Se encuentra ubicada en el sector de Pullincate de Larcos, parroquia de Cotogchoa. En el trayecto hacia la cascada se puede admirar y disfrutar del paraíso natural que ofrecen las faldas del Pasochoa, cuya flora y fauna, propia de los páramos de la región interandina, los dejarán realmente asombrados. El nombre de Padre Urco se debe a una formación pétreo junto a la cascada, la que a la distancia se asemeja a un sacerdote con un libro en las manos. La altura de la cascada es de aproximadamente 30 m. cuya fuerza de desplome de sus aguas produce una especie de llovizna que refresca al visitante y lo conduce a una íntima comunión con la naturaleza. La temperatura en este sector es agradable, tiene un promedio de 14° C. En cuanto a la fauna en los alrededores de la cascada se pueden observar aves y mamíferos entre los que se encuentra el Zorro y el Chucuri. Las especies simbólicas de la zona son una serie de aves, tal es el caso del Gorrion, el Mirlo grande, el Colibrí, el Huiracchuro. La flora existente en la zona está conformada por arrayán, quishuar, suro. En el lugar se encuentran especies de plantas nativas en peligro de extinción tales como: el Puma maqui, Aliso cuyas hojas se las emplea para curar resfríos, estas actúan como desinflamante además de contrarrestar el reumatismo.



**Figura 13 Atractivos Naturales**

**Fuente:** Vive Rumiñahui. Ilustre Municipio de Rumiñahui

El resto de atractivos Naturales se conforman por el Rincón del Cóndor situado en la parte más alta de la parroquia de Rumipamba, sitio que también cuenta con cascadas ancestrales y la Laguna de Santa Rosa en cuyas aguas se encuentran truchas arco iris, lo cual es un gran atractivo debido a que estas empezaron a desaparecer desde la introducción de la trucha a estos ríos y lagunas.

#### **1.2.3.2.3. Lista de atractivos turísticos por parroquias del Cantón Rumiñahui**

- PARROQUIA SAN RAFAEL
  - Parque de San Rafael
  - Centro Comercial San Luis Shopping
  - Casa de Eduardo Kingman
  - Boulevard Santa Clara
  
- PARROQUIA SANGOLQUÍ
  - Parque Turismo
  - Parque Juan de Salinas
  - Iglesia San Juan Bautista de Sangolquí
  - Mercado El Turismo
  - Plaza César Chiriboga
  - Centro Histórico de Sangolquí
  - Capilla de San Francisco
  - Mausoleo de Juan de Salinas
  - Centro Cultural Villa Carmen
  - Plaza Cívica Rumiñahui
  - Monumento al Choclo
  - Monumento al Colibrí
  - Parque Ecológico Santa Clara
  - Avenida General Enríquez (hornado de Sangolquí)
  - Gran Cascada del Río Pita

- Hacienda Molinuco
  - Finca agro turística Rumibosque
  - Complejo la Montañita de Santa Rosa
  - Comida Típica (cuyes)
  - Cascada de Pinllocoto
  - Fiesta de la cosecha
  - Ciclo Vida
  - Toros populares
- 
- PARROQUIA DE SAN PEDRO
    - No registran centros dedicados al actividad turística
- 
- PARROQUIA COTOGCHOA
    - Cascada de Padre Urco
- 
- PARROQUIA RUMIPAMBA
    - Miradores: La Libertad y La Moca
    - Cascadas de Vilatuña
    - Cascadas Cóndor Machay
    - Haciendas: Santa Rita (Cannoping) y San Antonio
    - Rincón del Cóndor
    - Qhapac Ñan (camino principal andino)

#### **1.2.4. Gastronomía**

La gastronomía forma parte del atractivo turístico del cantón, en especial por ser considerada como la Capital del Hornado, motivo por el cual llegan miles de turistas a degustar de este plato típico y otra variedad de comida ofrecida por los habitantes de los barrios Selva Alegre, San Pedro de Taboada y Sangolquí.

Otras de las delicias de la cultura gastronómica son el caldo y seco de gallina, el mote con chicharrón, la fritada, el cuy asado en Selva Alegre, Ville, morocho, la chicha de maíz y el menudo ofrecido en el mercado de la ciudad como en las parroquias de San Pedro de Taboada y el Centro de la ciudad de Sangolquí.



**Figura 14** Gastronomía en el Cantón Rumiñahui  
Fuente: Rumiñahui. Ecuador Turístico.

### **1.3. CENTROS DE INTERPRETACIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA EN EL CANTÓN**

#### **1.3.1. Centros de Interpretación turística**

En la actualidad la interpretación en Áreas Naturales Protegidas (ANPs) o no protegidas pero que representan espacios naturales importantes para comunidades, como lo es la parroquia de Rumipamba, se ha convertido en una herramienta clave para la atención y educación de visitantes, por ello se considera que un centro de interpretación es una solución para brindar, en un ambiente acogedor, información medular y su zona de influencia y educación ambiental a los visitantes.

Un centro de interpretación, tiene entre sus fines dar servicios turísticos y educación e interpretación ambiental a los visitantes ya sea extranjeros y nacionales, fomentando de esta manera, la conservación de la biodiversidad de la totalidad de su entorno.

#### **1.3.1.1. Operaciones del Centro de Interpretación**

Dentro de las funciones de un Centro de Interpretación están:

- Servir como punto de partida para la realización de tours a los visitantes que harán su recorrido y zonas aledañas.
- Registrar a los visitantes
- Monitorear las actividades turísticas, educativas y de investigación.
- Fomentar la educación ambiental a través de paneles interpretativos.

La finalidad es que todas las actividades turísticas a realizarse en la parroquia de Rumipamba deberían de empezar de forma obligatoria en el Centro de Interpretación para poder comprender el significado del desarrollo turístico del sector, siendo esta una forma de diversificar la oferta de los atractivos turísticos.

#### **1.3.2. Centros de Información turística**

Un centro de información turística es la organización encargada de proveer información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. La oficina de turismo suele ser de carácter público y sin fines de lucro, dependiente de organismos públicos con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información.

Como dato adicional se toma en cuenta que los centros de información suelen ubicarse en puntos de concentración de visitantes como aeropuertos, puertos marítimos y fluviales.

### **1.3.2.1. Operaciones del Centro de Información Turística**

La información otorgada incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos como es:

- Oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales, cabinas de Internet y teléfonos, vacunas
- Atractivos, lugares, eventos y actividades de interés, horarios de atención, tarifas, rutas, sugerencias de seguridad y otros datos relevantes para el turista.

Las oficinas de turismo suelen proporcionar:

- Materiales informativos gratuitos como: mapas, planos y folletos, postales, afiches, souvenirs, videos, listados de empresas registradas y otros materiales de interés.

### 1.3.3. Centros de Información turística de Referencia

Tabla 2 Centros de Información Turística de referencia

CENTRO DE INFORMACIÓN	DIRECCIÓN	HORARIO	SERVICIOS
<b>Oficina Principal Centro Histórico - El Quinde, La Tienda de la Ciudad</b>	Palacio Municipal, Venezuela y Espejo.	Lunes a Viernes: 9:00 a 18:00, Sábados: 10:30 a 21:30, Domingos: 9:00 a 17:00. Tel: (593 2) 2572-445	Mapas, folletos, librería, casilleros, tienda de artesanías, internet gratuito, consejos y guía. Desde este punto de información se organizan Tours guiados por la ciudad.
<b>La Mariscal</b>	Reina Victoria N24- 263 y Lizardo García, Galería Ecuador Gourmet.	Lunes a Viernes: 9:00 a 18:00, Sábados y Domingos: 11:00 a 19:00. Tel: (593 2) 2551-566	Transporte público: Ecovía, Parada Manuela Cañizares Servicios: mapas, folletos, consejos.
<b>Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, Arribo Internacional (Tababela)</b>	Parroquia Tababela	Lunes a Domingo: 8:00 a 24:00. Tel: (5932) 281-8363	Mapas, folletos, consejos.
<b>Terminal Terrestre Quitumbe</b>	Av. Condor Ñan y Av. Mariscal Sucre	Lunes a Domingo 08:00 a 19:00 Tel: (593 2) 382 4815	Transporte público: Trole Servicios: mapas, folletos, consejos.
<b>Chimbacalle</b>	Av. Maldonado y Sincholagua s/n Sector Chimbacalle.	Lunes a Viernes: 8:30 a 16:30, Sábado y Domingo 7:00 a 9:00	Mapas, folletos, consejos.

*Fuente:* Quito Turismo

#### **1.3.4. Reactivación de Actividades en el sector turístico**

“Cuatro pilares serán la clave para cambiar la nueva matriz productiva y convertir a la economía en generadora de productos con valor agregado, innovación tecnológica y servicios turísticos. La estructura productiva actual que sustenta a la economía ecuatoriana se desgasta y ya no permite empujar al mismo ritmo, a todas las actividades y negocios que aportan al crecimiento económico. Además, se ha convertido en una de las principales causas para que se genere un problema con el sector externo, ya que son constantes los déficits en la balanza comercial no petrolera y de servicios.”

Según el enfoque de la matriz productiva, los servicios, en los que se incluye las actividades complementarias al turismo y el turismo en sí, deberán trabajar de forma diferente si el objetivo es que se superen los resultados que en años anteriores este sector ha estado arrojando.

La reactivación de proyectos turísticos resulta una de las mejores opciones a trabajar, para lo cual se deberá tomar en cuenta que la finalidad es incrementar el flujo turístico mediante el trabajo desarrollado en los siguientes puntos:

- Diseño o rediseño del producto turístico
- Ente de promoción turística
- Colaboración público privada
- Asignación de recursos
- Optimización de recursos
- Análisis situacionales

#### **1.3.5. El Vallecito**

Ubicado, en la Parroquia de Rumipamba el sector El Vallecito se encuentra a 17 kilómetros de la ciudad de Sangolquí y se hace referencia con el sitio denominado

LaCaldera; cuyo nombre rememora a un tradicional apellido de oriundos del lugar, y está ligado a un sin número de leyendas y tradiciones.

Para el ingreso a este sector, se debe tomar como punto de referencia el puente de hormigón, tomando el sendero del costado izquierdo, siguiendo el trayecto del Río Pita aguas abajo. Durante el trayecto se puede admirar una secuencia de cascadas tales como: El Velo de la Novia, El Manto de la Virgen, El Pailón del Diablo, Vilatuña.

El recorrido que ofrece este sector dura aproximadamente una hora treinta minutos hasta llegar al final del sendero en cuyo trayecto, para brindar facilidad y seguridad al turista, el Gobierno Municipal de Rumiñahui ha implementado puentes que permiten cruzar de un lado a otro en el río Pita, donde se puede mirar el desplome de las aguas de La Cascada de Vilatuña y la Gran Cascada del Pita.

#### **1.4. EL TURISMO EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI**

En el Cantón Rumiñahui, el turismo se ha ido desarrollando poco a poco a través de la iniciativa de sus habitantes por implementar infraestructura que sea del agrado de los visitantes, así como medios para que puedan realizar actividades en el caso de contar con sitios que se transformaron en el atractivo natural de este cantón.

Las instituciones públicas representantes del Cantón Rumiñahui también han desarrollado proyectos para fomentar el turismo, como en el caso de la Dirección de Turismo que enfoca su gestión de la señalética informativa adecuada y a la promoción de los atractivos culturales, naturales y recreacionales. A este tipo de gestión se suma la organización de fiestas y otras actividades que reúnen a más de 30.000 turistas en los meses de mayo y septiembre, según datos de la misma Dirección.

### **1.4.1. Promoción y difusión turística**

La Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui representada por el titular Ing. Patricio Rodríguez, lleva adelante una campaña permanente de difusión, tomando en cuenta material publicitario para dar a conocer este punto, como mapas, trípticos, posters, folletos, afiches, carpetas, que se hacen útiles a la hora de participar en ferias y eventos de turismo. Otro tipo de difusión implementado son los siguientes:

- Documentales turísticos difundidos en medios de comunicación nacionales y locales.
- Difusión de atractivos turísticos a través de recorridos con medios de comunicación. Se visitaron cascadas, monumentos, senderos ecológicos.
- Impresión de la tercera edición de la revista Destino Rumiñahui.

En sí, el sector turístico del Cantón se establece como un sector generador de empleo mediante el desarrollo del turismo receptivo, en base a la promoción de atractivos naturales, arquitectónicos, haciendas con gran valor cultural, fiestas tradicionales, comidas típicas, artesanías, manejo adecuado del medio ambiente; ofreciendo al turista seguridad y bienestar. Para lo cual el principal aspecto ha sido:

- Fomentar un desarrollo turístico integral, competitivo y productivo con servicios de calidad, considerando lo ambiental, cultural, social y económico.
- Impulsar un desarrollo turístico participativo, con enfoque de género y generacional que involucre responsablemente a la sociedad civil.
- Promover el turismo como fuente de empleo y generación de ingresos para el cantón.

### **1.4.2. Actividades turísticas**

La oferta turística propuesta por el cantón Rumiñahui es considerablemente amplia, por lo que los visitantes y turistas pueden empezar con las actividades turísticas desde el barrio Selva Alegre, el cual le dirige hacia Rumipamba desde donde se puede tener una vista de la cadena de elevaciones importantes que rodean al prodigioso Valle de los Chillos, como son: el Cotopaxi, los Illinizas, el Corazón, Sincholagua y Guagua y Ruco Pichincha. Desde el mismo lugar se pueden realizar caminatas en dirección a las 18 cascadas que existen en el trayecto del Río Pita, por senderos que atraviesan el bosque húmedo propio del lugar.

- **Senderismo**

Se lo puede realizar en los sitios ecológicos de la Chorrera del Pita, Pasochoa y en los lugares aledaños de Píntag.

En la parroquia de Rumipamba se cuenta con un Centro de Información Turística cerca al sitio denominado La Caldera del diablo, sector El Vallecito, el cual cuenta con un guía nativo y es quien se encarga de llevar a sus visitantes a los atractivos naturales del sector, indicando el sendero a seguir y las precauciones a tomar en cuenta para disfrutar de la caminata



**Figura 15 Senderismo en el Cantón Rumiñahui**  
**Fuente:** Asociación de Municipios Ecuatorianos. Cantón Rumiñahui

- **Visitas a sitios culturales**

En el Cantón Rumiñahui se puede realizar visitas de tipo cultural, ya sea por los atractivos tangibles que en él existen como las obras de arte que forman parte de un museo o centro cultural, y por los atractivos intangibles que los conforman las actividades festivas que dentro del cantón se celebran por costumbre y tradición.

*El Museo Kigman*, se encuentra ubicado en la parroquia de San Rafael, ha sido obra del señor Eduardo Kigman, el cual readecuó una panadería para una casa y museo a la cual la llamó La Posada de la Soledad.



**Figura 16 Atractivos culturales en el cantón Rumiñahui**  
Fuente: Museos Córdor.

*La Villa Carmen*, realiza funciones de centro de capacitación además de llevar a cabo ferias y exposiciones a cargo del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui, el cual desarrolla un cronograma de actividades para fechas especiales en las que las personas se interesan por conocer acerca de actividades recreacionales.



**Figura 17 La Villa Carmen, atractivo cultural**  
Fuente: Diario La Hora (2013)

*El Mausoleo*, en honor al Prócer de la Independencia Juan de Salinas forma parte de los atractivos para realizar actividades culturales con quienes gustan de la historia de su gente y de información de los bienes patrimoniales de la Nación, siendo Sangolquí uno más de estos bienes con valor arquitectónico e histórico, gracias a la estética colonial y los personajes que aquí habitaron.



**Figura 18 Cripta del Prócer Juan de Salinas**  
Fuente: Museos Córdor.

Por otra parte, las fiestas constituyen parte de las actividades turísticas de las cuales los visitantes pueden ser partícipes, como son las Fiestas del Maíz y del Turismo, motivo por el cual se realiza la quema de chamizas, juegos pirotécnicos, presentaciones de bandas de pueblo que animan las fiestas, y degustación de comidas típicas. En estas fiestas interviene el Ilustre Municipio de Rumiñahui, la población visitante y los barrios aledaños, además de las haciendas que forman parte del desfile del chagra.

### 1.4.3. Tipo de turismo

El turismo se caracteriza de acuerdo a las actividades que realizan las personas durante el tiempo de estancia al lugar al cual viajan por diferentes motivos. Siendo así que el turismo se clasifica en varios tipos, de los cuales se hacen presentes en el Cantón Rumiñahui, los siguientes:

- **Turismo de aventura**

El turismo de aventura se caracteriza por disfrutar de los retos que la naturaleza presenta como es biking, trekking, rapel, canopy, rafting que pueden ser realizados dentro del Cantón Rumiñahui, los cuales tienen un grado de riesgo donde la experiencia del guía cuenta como el punto más importante debido a que los deportes de aventura requieren altos niveles de seguridad y monitoreo, aunque deportes como el biking y trekking pueden pasar para novatos y experimentados.



**Figura 19 Actividades Turísticas a realizarse en el Cantón Rumiñahui**  
**Fuente:** Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui

- **Turismo cultural**

Este tipo de turismo se lo puede realizar en todo el territorio ecuatoriano, cada sitio que el turista desee conocer cuenta con una historia y con un proceso de desarrollo en el

que los datos históricos y las vivencias culturales de los habitantes cuentan como desarrollo y aporte turístico del lugar.

En este caso el Cantón Rumiñahui cuenta con una variedad de monumentos, plazas, haciendas, casas de hacienda, tradiciones y costumbres que forman parte de este tipo de turismo es acercar la cultura a todos quienes lo visitan.

- **Turismo rural**

Es tipo de turismo se realiza en las pequeñas localidades donde se puede tener un acercamiento con la naturaleza y con las actividades que sus habitantes realizan, siendo así Rumipamba uno de los lugares más apropiados para realizar esta actividad debido a que sus habitantes llevan a cabo actividades agro productivas e invitan a sus habitantes a formar parte de otras actividades como las cabalgatas para finalmente degustar de la comida típica, realizada en el mismo lugar.

- **Turismo gastronómico**

Siendo el cantón un sitio dedicado principalmente a actividades agrícolas y agropecuarias, este cuenta con una diversidad de platos típicos, siendo el hornado uno de sus platos más conocidos.

- **Turismo religioso**

Las tradiciones y costumbres arraigadas a las actividades de las parroquias del cantón permiten que se lleven a cabo actividades turísticas orientadas a fiestas religiosas que por el sincretismo han transformado las fiestas originales de los habitantes en fiestas con motivo religioso. Estas fiestas son el principal atractivo para sus pobladores y para quienes los visitan o conocen del cronograma de fiestas de estas localidades.

## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **2. El Cantón Rumiñahui**

El cantón más pequeño de Pichincha - tiene alrededor de 139 kilómetros cuadrados- es quizás el que mejores servicios ofrece a la comunidad que se asienta en el que fue el “granero de Quito”, convertido ahora en un emporio de comercio y de turismo.

Las cifras del último Censo de Población y Vivienda del 2010, señalan que el 93% de la población, recibe agua procedente de la red pública y que el 99.4% tiene energía eléctrica, al tiempo de puntualizar que el 96.1% de la basura es recogida por recolectores y que el 64% de los hogares, disponen de servicio telefónico.

Otra de las cifras importantes a considerar es que en aproximadamente una década el cantón ha experimentado un crecimiento poblacional significativo igual al 30%, al pasar de 65.882 habitantes en el 2001, a alrededor de 85.852, en el 2011. De estas cifras el 58% corresponde a mujeres y el 42% a hombres.

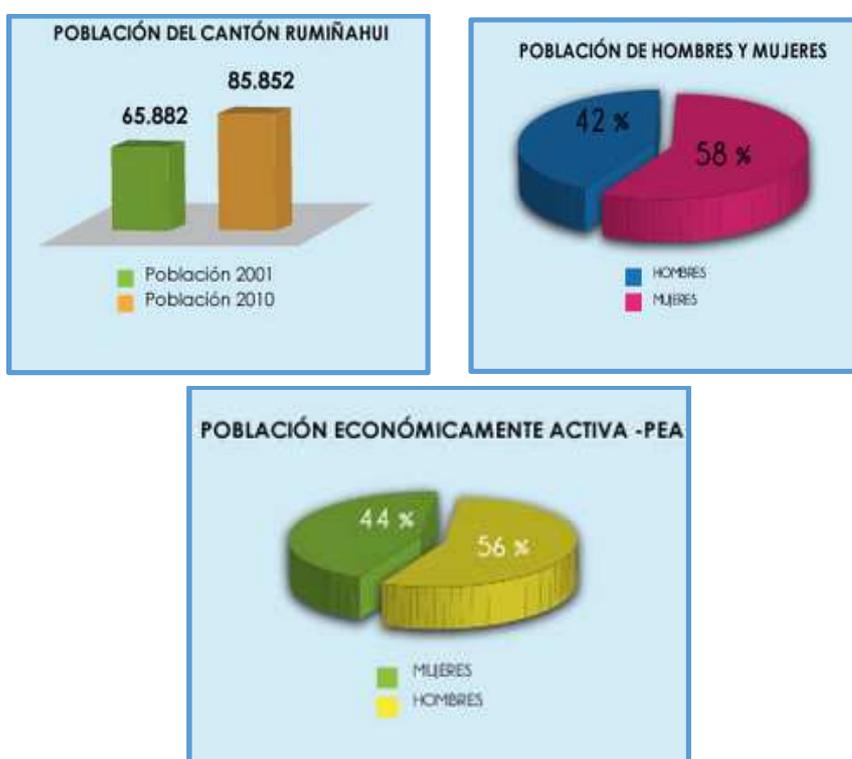
La población de Rumiñahui en su conjunto es relativamente joven. El 50.6 por ciento de los habitantes tiene un promedio entre 20 y 54 años; el 37% tiene menos de 20 y, el 13%, 55 años en adelante.

##### **2.1. Población Económicamente Activa del cantón**

De acuerdo a los datos emitidos por el INEC del Censo poblacional noviembre 2010 se pudo estimar que, la población económicamente activa, (PEA) del cantón, está

compuesta por 42.408 personas, de las cuales 18.707 son mujeres y 23.701 hombres, lo que significa alrededor del 44,11% y 55,89% respectivamente.

Al analizar esta variables, se pudo identificar que los rubros más altos de actividad económica son: el comercio al por mayor y menor, en la que trabajan 7.951 personas, igual al 18%. La industria manufacturera ocupa a 6.638, 15%. Siguen rubros tales como construcción, 2.756, lo que representa en promedio el 6,5%; enseñanza, 2.687, es decir el 6,3%; y administración pública y defensa, 2.255, con el 5.3% aproximadamente.



**Figura 20** Población económicamente activa del cantón Rumiñahui  
Fuente: <http://www.ruminahui.gob.ec/?q=canton-ruminahui/datos-estadisticos>

Las estadísticas evidencian que la actividad económica en el cantón se encuentra centrada en el sector primario de la economía, lo que de cierta forma se convierte en una oportunidad para los objetivos de la investigación, puesto que lo que se trata es de generar una propuesta de trabajo que permita participar de forma activa en sectores en los tradicionalmente no se los había considerado alternativas viables de desarrollo, por

un lado; y por otro, que de acuerdo a la visión del gobierno central, ahora se da mayor prioridad al sector primario, es decir al desarrollo de actividades vinculadas con la producción agrícola, pecuaria turística y de prestación de servicios en general bajo el principio económico de generación de beneficios económicos responsables y justificables.

Desde esta óptica el desarrollo de una propuesta orientada a proponer servicios de información e interpretación turística en el cantón se convierte en una alternativa altamente viable, puesto que el cantón Rumiñahui cuenta con atractivos naturales y culturales que bien direccionados y explotados de forma planificada y responsable pueden aportar significativamente a los objetivos expansionistas y de desarrollo integral.

## **2.2. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO EN EL CANTÓN**

El Cantón Rumiñahui posee condiciones turísticas de gran variedad, lo que le ha permitido ubicarse dentro de los destinos turísticos más llamativos de la provincia de Pichincha y llevar a cabo actividades de desarrollo que le permitan realizar avances en cuanto a infraestructura adecuada para el turista, es decir el cantón ha implementado servicios y puesto en marcha varios proyectos empresariales que le permiten a su población participar de este desarrollo con la finalidad de darse a conocer tanto por sus atractivos como por las experiencias que pueden dejar en cada uno de quienes los visitan.

La Dirección de Turismo de Rumiñahui mediante los estudios e investigación que lleva a cabo ha podido determinar que el perfil de los visitantes que llegan al cantón, corresponde a familias de clase media y alta de las principales ciudades del país, principalmente de la provincia de Pichincha.

El ingreso principal al Cantón Rumiñahui es la Autopista General Rumiñahui, donde, por medio del control del peaje ubicado en el ingreso al Valle de los Chillos se puede llevar cierto dato de conteo de ingreso vehicular extra los fines de semana

(viernes, sábado y domingo), lo cual indica el Concejo Provincial de Pichincha, es debido a la afluencia de visitantes que se dirigen hacia los atractivos que les brinda la ciudad de Sangolquí y sus alrededores.

Los grupos de visitantes los conforman tanto turistas nacionales como extranjeros, lo cuales provienen principalmente de países europeos y norteamericanos motivados por los atractivos que la naturaleza presenta, y la Avenida de los Volcanes que se encuentra de camino hacia el sur del país, lo cual ha representado para el cantón parte del desarrollo turístico debido a que hospeda a varios de los amantes de la aventura y el montañismo en el país.

### **2.2.1. Flujo turístico**

El flujo de turistas al cantón se encuentra identificado por grupos pertenecientes a personas residentes de Quito en su mayoría, según datos proporcionados por el proyecto Cuentas Satélites del Ministerio de Turismo, los mismos que escogen como destino Sangolquí y las cascadas ubicadas en las zonas rurales de Rumiñahui. Sangolquí por su gastronomía y las cascadas por sus senderos y la diversidad de la naturaleza.

Estos datos coinciden con el resultado de las encuestas realizadas a los turistas que visitan los senderos ecológicos, ya que como conclusión se obtuvo que la mayoría de visitantes son personas que residen en la ciudad de Quito y por lo tanto este dato puede determinar el mercado al cual el proyecto deberá prestar atención.

Además es importante señalar, que se debería motivar a los turistas que visitan el cantón Rumiñahui, que no lo hagan solo por su gastronomía o por la visita a la ciudad de Sangolquí, como se lo menciona en datos anteriores, sino que también lo visiten por los servicios adicionales y la variedad de actividades como una alternativa de recreación en contacto con ese aspecto natural y cultural.

### **2.3. Temporada turística**

La gran diversidad de atracciones y climas que tenemos en Ecuador nos da a pensar que realmente no existen temporadas altas o bajas. Sin embargo la temporada alta de turismo internacional se da desde junio hasta septiembre que es la mejor época para escalar, montar en bicicleta y todo lo referente a deportes de aventura. También existe una temporada corta de turismo que va desde principios de diciembre a finales de enero. Los ecuatorianos toman fines de semana largos en Carnaval, Pascua y durante Navidad y Año Nuevo. Las vacaciones de la sierra están programadas por el gobierno de Julio a Septiembre y para la costa de Enero a Marzo.

## CALENDARIO DE FERIADOS NACIONALES ECUADOR 2014

**Tabla 3 Calendario de feriado nacionales Ecuador 2014**

FECHA CÍVICA / RELIGIOSA	<i>DÍA DE DESCANSO DECRETADO</i>	FERIADO PREVISTO
<b>Año Nuevo</b> (01 de Enero)	Miércoles 01 de enero	<b>ENERO</b> Miércoles 01
<b>Carnaval *</b>	Lunes 03 y martes 04 de Marzo (Según Decreto Ejecutivo N° 1162 de 03 de mayo de 2012)	<b>MARZO</b> Sábado 01 Domingo 02 Lunes 03 Martes 04
<b>Viernes Santo</b>	<i>Viernes 18 de abril</i>	<b>ABRIL</b> Viernes 18 Sábado 19 Domingo 20
<b>Día del Trabajo</b> (01 de mayo)	Jueves 01 de mayo	<b>MAYO</b> Jueves 01
<b>Batalla de Pichincha</b> (24 de Mayo)	<i>Sábado 24 de mayo</i>	<b>MAYO</b> Sábado 24 Domingo 25
<b>Primer Grito de Independencia</b> (10 de Agosto)	<i>Domingo 10 de Agosto</i>	<b>AGOSTO</b> Domingo 10
<b>Independencia de Guayaquil</b> (09 de Octubre)	<i>Viernes 10 de Octubre (Según Decreto Ejecutivo No. 1162 de 03 de mayo de 2012)</i>	<b>OCTUBRE</b> Viernes 10 Sábado 11 Domingo 12
<b>Día de Difuntos e Independencia de Cuenca</b> (02 y 03 de Noviembre)	Domingo 02 y lunes 03 de noviembre.	<b>NOVIEMBRE</b> Sábado 01 Domingo 02 Lunes 03
<b>Navidad</b> (25 de Diciembre)	Jueves 25, viernes 26, sábado 27 y domingo 28 de diciembre (Según Decreto Ejecutivo No. 1162 de 03 de mayo de 2012)	<b>DICIEMBRE</b> Jueves 25 Viernes 26 Sábado 27 Domingo 28 <b>(Posible puente)</b>

*Fuente:* Ministerio de Turismo

### 2.3.1. Turismo en cifras

En el Cantón Rumiñahui aún no se encuentra desarrollada en su totalidad la actividad turística, razón por la cual no se cuenta con datos estadísticos precisos del turismo que se desarrolla en todo el cantón, a lo cual se toma en cuenta el flujo turístico en la parroquia de Sangolquí, a la cual llegan los turistas después de realizar actividades de recreación o simplemente un turismo de compras.

Los datos corresponden a información reunida por el Plan Estratégico de Turismo del Cantón Rumiñahui y la encuesta de turismo interno del Proyecto Cuentas Satélites del Turismo.

En primera estancia se da a conocer el número de turistas y visitantes por número de salidas de fines de semana y por lugar visitado en feriado y otros viajes a nivel de la ciudad de Quito para luego realizar una proporcionalidad referente a la parroquia de Sangolquí.

**Tabla 4 Frecuencia de visita desde la ciudad de Quito**

<b>N° De fines de semana</b>	<b>Quito %</b>
Un fin de semana	51.69
Dos fines de semana	23.29
Tres fines de semana	7.47
Cuatro fines de semana	17.56
<b>Total</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Turismo Interno Optur

**Tabla 5 Turistas por lugar visitado para el año 2011**

Lugar de destino	Visitantes	Proporción	Turistas	Proporción	Total	Proporción
<b>Cumbaya</b>	25725	12,42	3000	0,62	28725	4,16
<b>Guayllabamba</b>	6831	3,3	15146	3,11	21977	3,19
<b>Sangolqui</b>	32154	15,53	6460	1,32	38614	5,6
<b>Machachi</b>	5771	2,79	9252	1,9	15023	2,18
<b>El Quinche</b>	14775	7,14	0	0	14775	2,14
<b>Conocoto</b>	11853	5,72	2646	0,54	14499	2,1
<b>Total</b>	<b>207062</b>	<b>100</b>	<b>487570</b>	<b>100</b>	<b>689921</b>	<b>100</b>

*Fuente:* Turismo Interno Optur

Para el presente año se hace referencia al número de turistas y visitantes que han ingresado al Cantón Rumiñahui (Sangolquí y Valle de los Chillos) en el último año. Para lo cual se realizó una proyección anual a partir del año 2008, con un crecimiento porcentual del 4%. Esto debido a la falta de información estadística, y al último dato correspondiente al año 2011.

**Tabla 6 Flujo turístico en el Cantón Rumiñahui**

FLUJO DE TURISTAS	
Año	Turistas y visitantes
<b>2008</b>	28.448
<b>2009</b>	29.633
<b>2010</b>	30.868
<b>2011</b>	32.154
<b>2012</b>	33.440
<b>2013</b>	34.778

*Fuente:* DNM y Turismo Interno Optur (2012)

## **2.4. TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA**

La actividad económica del Cantón Rumiñahui se basa en la agricultura y ganadería, debido a que cuenta con un suelo fértil posibilitando la siembra de productos como arveja, fréjol, cebada, habas, papas, trigo, y maíz sobre todo, dado que por dicha siembra se celebra las fiestas del Maíz y el Turismo. Entre otros productos se siembra una variedad de frutos como el guabo, tomate, limón, entre otros; es decir, que se puede contar con productos del callejón interandino, por lo cual la zona donde se ubica el Cantón Rumiñahui ha sido calificada como una zona rica en agricultura y ganadería.

Se toma en cuenta dentro de la actividad económica, el comercio fomentado por la construcción de viviendas y centros comerciales, y la industria que ha tenido un gran desarrollo dentro de este cantón, debido a la intervención de fábricas sintéticas, de vidrio, harinas, textiles, y productos farmacéuticos. Siendo este un punto que ha influenciado en el número de la población que forma parte de la PEA, ya que gran parte de la población dejó las actividades agrícolas y ganaderas por orientar su trabajo a la industria y el comercio al por menor.



**Figura 21 Agricultura del Cantón Rumiñahui**

**Fuente:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Aproximadamente el 97,86% del porcentaje de la PEA ocupada que representa cerca de 27.591 habitantes. El 56,28% son asalariados, el 7,41% se dedica a la agricultura, el 10,47% son empleados públicos y el 17,59% trabajan en manufactura según datos del censo poblacional noviembre 2010.



**Figura 22 Ganadería del cantón Rumiñahui**  
**Fuente:** Inkamaya Finca Integral Sustentable

## **2.5. LA PARROQUIA DE RUMIPAMBA**

La parroquia de Rumipamba está situada a 4km de la cabecera cantonal de Sangolquí y a 19km de la capital, Quito. Esta parroquia rural del Cantón Rumiñahui cuenta con una superficie de 40km<sup>2</sup>, limitando al norte con la parroquia de Sangolquí, al sur con el barrio Pedregal perteneciente al cantón Mejía, al este con la parroquia de Pintag perteneciente al Cantón Quito y al oeste con la parroquia Cotogchoa.

### **2.5.1. Antecedentes**

La parroquia de Rumipamba es considerada eminentemente agropecuaria por las actividades que realiza su población y por los amplios espacios que posee para poder desarrollar dicha actividad.

Rumipamba nació la misma fecha de fundación del Cantón al que pertenece, 31 de mayo de 1942 y se conformó de la unión de tres haciendas que son, El Suro, San Antonio y Rumipamba.

### **2.5.2. Densidad poblacional**

Según la información censal de 1990 que establece que en Rumipamba existía 429 habitantes para ese año la densidad poblacional de esta parroquia fue de 10.2 ha/Km<sup>2</sup> y considerando que la población proyectada al año 2010 llega a 926 habitantes aproximadamente, significa que la densidad poblacional por Km<sup>2</sup> prácticamente se habría duplicado. Sin embargo esta jurisdicción es la menos poblada en comparación con el resto de parroquias del cantón Rumiñahui.

De acuerdo a su extensión actual la parroquia Rumipamba ocupa el tercer lugar de importancia dentro del Cantón Rumiñahui con una superficie total de 41.9 Km<sup>2</sup>. Así mismo la mayor parte de la población se localiza en el campo, puesto que se dedican fundamentalmente a las labores agropecuarias y cuya mano de obra es demandada principalmente por la empresa florícola, constituyendo la fuente de empleo más importante en la zona.

### **2.5.3. Economía de la Parroquia de Rumipamba**

La actividad predominante de la parroquia es la agricultura concentrada principalmente en las unidades productivas que cuentan con una superficie

potencialmente agrícola, y en las cuales además se practica actividades ganaderas. Estas actividades se desarrollan como parte del diario vivir y para la subsistencia de los hogares debido a que la producción agrícola que se destina al mercado es escasa y la producción de leche se comercializa en condiciones desventajosas por motivo de intervención de una empresa que establece precios a los pequeños propietarios bovinos.

Actualmente se puede contar con otro tipo de actividad económica que se encuentra en auge, que es el turismo ecológico misma actividad que posibilita a algunos de sus habitantes brindar servicios que de cierta manera les genera ganancias económicas, como es el de servir de guías a los visitantes que llegan hasta este sector.

#### **2.5.4. Turismo en Rumipamba**

El turismo de aventura es una de las modalidades que el turismo en Rumipamba ofrece el cual tiene como oferta las distintas y novedosas actividades que se pueden desarrollar y experimentar por personas de todas las edades, y género pero de acuerdo a grados de aptitud física, es por tal razón que siempre este tipo de turismo debe estar bien estructurado y ser el adecuado para brindar comodidad y seguridad.

El centro de información e interpretación turística de Rumipamba deberá facilitar la información necesaria de todos y cada uno de los atractivos que en sus alrededores se encuentran, es por esta razón que el proyecto propone su rehabilitación en el barrio La Moca, ubicada en el Cantón Rumiñahui donde el punto de partida es la participación directa de la comunidad tomando en cuenta la utilización de senderos que se han utilizado por los pocos visitantes que han llegado y el incentivo de fomentar la práctica de deportes como trekking, cabalgata, descenso, escalada en roca, ciclismo de montaña, camping, entre otras actividades.

- **Trekking**

En general se piensa que la expresión trekking es un anglicismo, es decir palabra que se utiliza en lengua inglesa pero que se la utiliza en otros sitios, que designa la caminata por lugares altos. Pero en realidad, este término no pertenece al inglés clásico, debido a que su origen proviene de la palabra holandesa "trek" que significa "migración", y cuyo uso se generalizó en el ejército británico, en Sudáfrica, durante la guerra contra los Boers y de su conocido Grand Trek. En la actualidad, para los occidentales, el trekking se asimila a un peregrinaje deportivo y a un ritual saludable que tiene por finalidad entrar en contacto con la naturaleza, además e interactuar con la población que a su paso encuentra

### **Equipo**

Ropa ligera, botas deportivas, mochila, sleeping bag, gorra, lentes oscuros, carpa, alimentos y botiquín de primeros auxilios.

- **Escalada en roca**

Este tipo de deporte exige perfecta condición física y la presencia de un persona experimentada en la realización de este deporte debido al alto grado de dificultad y adrenalina que la persona quien practica puede sentir, a lo que se añade que una buena preparación mental también cuenta ya que solo de esta manera el practicante puede ir superando los obstáculos que se le presentan en las paredes rocosas donde aprovecha de la textura de las mismas, es decir fisuras, grietas y los pequeños agarres para asegurar la ubicación de pies y manos.

### **Equipo**

Arnés, mosquetones, ochos, cuerdas, protecciones, stopers, excéntricos, friends, camelotes, metolius, ropa ligera, uñas de gato,

- **Ciclismo de montaña**

El Ciclismo de Montaña nació en California a finales de los años setenta, no obstante, sus orígenes se remontan mucho más atrás a 1933 concretamente. Ese fue el año que Ignaz Schwinn, construyó en USA, una bicicleta de gran robustez, la Schwinn Excelsior, que muy pronto se hizo popular entre los repartidores de periódicos a domicilio. Hacia mediados de la década de los setenta, justamente cuando nacían las primeras bicicletas para adolescentes, ideadas para practicar el Cross, algunos aficionados crearon competiciones en descenso, sobre todo en el condado de San Francisco. Fue entonces cuando se redescubrieron las viejas Schwinn, que probaron su perfecta utilidad para las competiciones de este tipo. Gary Fisher uno de los pioneros del Ciclismo de Montaña, modificó su Schwinn, aplicándole los cambios de velocidad para poder utilizarlas también en subidas.

El ciclismo de montaña es un deporte exigente realizado en circuitos naturales generalmente a través de bosques por caminos angostos con cuestas empinadas y descensos muy rápidos.

### **Equipo**

Bicicleta de montaña, casco, rodilleras, coderas.

#### **2.5.5. Tendencia turística por turismo ecológico al Cantón Rumiñahui**

Se cuantifica la demanda de turismo ecológico de acuerdo a las preferencias de los turistas que visitan el sector del Valle de los Chillos y sus alrededores, en donde el 42% de los turistas que visitan el Cantón Rumiñahui manifiestan interés en realizar caminatas (26%) y por el camping (16%) según datos recogidos por la Dirección de Turismo.

**Tabla 7 Flujo turístico Ecológico**  
**FLUJO DE TURISTAS AL CANTÓN RUMIÑAHUI**  
**PARA TURISMO ECOLÓGICO**

Año	Turistas y visitantes	Turismo ecológico (42%)
<b>2008</b>	28.448	11.948
<b>2009</b>	29.633	12.446
<b>2010</b>	30.868	12.965
<b>2011</b>	32.154	13.505
<b>2012</b>	33.440	14.045
<b>2013</b>	34.778	14.607

*Fuente:* DNM y Turismo Interno Optur

En la tabla que antecede se puede evidenciar que el cantón Rumiñahui se ha caracterizado por generar flujos importantes de visita, especialmente centrados en la prestación de servicios de turismo ecológico con una fuerte participación de la parroquia de Rumipamba; lugar donde por su geografía natural es propicio el desarrollo de la actividad. En general es esta la zona sobre la que se orienta el interés de crear el centro de Información e Interpretación turística.

## **2.6. ANÁLISIS SITUACIONAL DE RUMIPAMBA**

### **2.6.1. Sistema Físico Ambiental**

El sistema físico ambiental se lo puede caracterizar mediante la determinación de los factores que componen el sistema físico como son los elementos que se encuentran en la tierra, y el sistema ambiental movido por una fuente principal que es el sol, donde ambos sistemas se contienen en la Tierra.

Los elementos a tomar en cuenta del Sistema Físico Ambiental en Rumipamba son:

- Relieve
- Agua
- Suelo
- Biodiversidad

#### **2.6.1.1. Recursos hídricos**

El volcán Pasachoa se encuentra rodeando el lugar privilegiado en el que se asienta la parroquia de Rumipamba, del cual nacen causes hídricos que se dirigen hacia extensiones de tierras dedicadas a la ganadería y agricultura, los cuales también suplen del recurso a las zonas aledañas cuando existe la carencia de agua potable. Este último, es un aspecto importante debido a la contaminación que ha sido provocada en los ríos, es decir que el sistema hídrico debe ser recuperado a sus líneas o estado natural, siendo este, no una tarea fácil, pero necesaria ya que la piscicultura, ganadería, agricultura y turismo dependen de este recurso, y el mostrar su contaminación no es un punto positivo para el desarrollo de Rumipamba.

#### **2.6.1.2. Geología y Geomorfología**

En la Parroquia de Rumipamba se encuentra una variedad de rocas piroclásticas y volcánicas, que se dispersaron en varios lugares aledaños a los volcanes Pasochoa, Cotopaxi, Sincholagua y probablemente Antisana. A esto se conoce como diagnóstico geológico.

La geomorfología de la zona se caracteriza como suave y regular, debido a que vestigios indican la existencia de glaciares, que posteriormente fueron rellenados con flujos piroclásticos. Se toma en cuenta además actividades tectónicas y de erosión que también intervinieron en la formación del suelo y el tipo de relieve.

### 2.6.1.3. Suelo

Como anteriormente se viene mencionando, el suelo de Rumipamba tiene un origen volcánico, es decir de cenizas volcánicas, arenas aluviales, arcillosas, llamados suelos volcánicos fértiles.

### 2.6.1.4. Tipo de Vegetación y Clasificación Agrícola

#### Bosque seco montano bajo (b.s. MB)

La altitud oscila entre los 2000msnm y los 3000msnm, su temperatura es de 12°C con oscilaciones y las precipitaciones son entre 500mm y 1000mm. Lo cual indica que estos factores son sumamente importantes para la agricultura y ganadería.

#### Bosque muy húmedo montano bajo (bmh. Mb)

La altitud se encuentra desde los 2000 hasta los 3000msnm, la temperatura va desde los 12 a 18°C y las precipitaciones están entre los 2000 y 4000mm.

**Tabla 8 Componente Biótico**

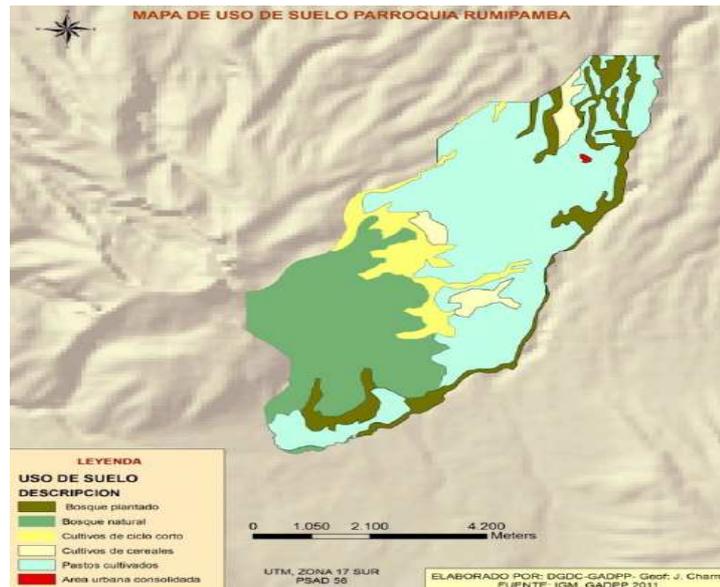
INCIDENCIA SOBRE EL COMPONENTE BIOTICO		
UBICACIÓN /SECTOR	PERDIDA DE VEGETACIÓN / BOSQUES	ESPECIE REPRESENTATIVA
La Moca	no	Aliso, chilca
Central	no	Aliso, chilca
Vallecito	no	Aliso, chilca, pumamaqui
San Antonio	no	Aliso, chilca, pumamaqui

**Fuente:** GADMUR – Rumipamba (2010)

### Agricultura

“Su importancia agrícola y ganadera es sumamente alta. Soporta una densidad de población alta. Sobre terrenos de declive moderado, con suelos superficiales y poco

profundos, se cultiva intensamente en forma de un mosaico, y se extiende aún más su frontera agrícola en terrenos de pendiente moderada o fuerte y, por su pendiente, debería dedicarse a pastizales o bosques.”



**Figura 23 Suelo de Rumipamba**  
Fuente: GADPP - DGPLA

#### 2.6.1.5. Riesgo Volcánico

El Volcán Cotopaxi es el aspecto natural más preocupante en caso de que comiencen a existir indicios de su erupción, caso que plantea que los flujos de lodo transitarán hasta encontrarse con cierto tipo de obstáculo natural, lo cual comparado con lo sucedido en el año 1877 los barrios Rumipamba y Vallecito podrían ser afectados.

**Tabla 9 Riesgo Volcánico**

ASENTAMIENTOS	PROBLEMÁTICA		
	SECTOR	FACTOR	INFLUENCIA
San Antonio	Acequia Cotogchoa	Deslizamientos a la pendiente negativa	Acequia sin revestimiento, cuando llueve el agua rebasa la acequia
Tanipamba	Río pita	Deslizamientos laterales	Cuando la creciente del río aumenta se desborda e inunda al barrio
El Centro	Carretero principal	Deslizamientos laterales	Cuando hay excesiva lluvia
La Moca	Carretero principal	Deslizamientos laterales	Cuando hay excesiva lluvia
Parroquia de Rumipamba	Toda la Parroquia	Erupción del Volcán + Lahares del V. Cotopaxi	Existencia del volcán Cotopaxi

Fuente: GADMUR – Rumipamba (2010)

### 2.6.2. Sistema Económico Productivo

A continuación se presenta una tabla con la población económicamente activa por rama de actividad, grupo de ocupación, y por categoría de ocupación.

**Tabla 10 Sistema Económico Productivo**

	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	187	58
Industrias manufactureras	24	7
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	4	1
Construcción	32	10
Comercio al por mayor y menor	20	6
Transporte y almacenamiento	4	1
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	8	2
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	7	2
Administración pública y defensa	7	2
Enseñanza	2	1
Actividades de la atención de la salud humana	2	1
Artes, entretenimiento y recreación	1	0
Otras actividades de servicios	1	0
Actividades de los hogares como empleadores	8	2
No declarado	9	3
Trabajador nuevo	7	2
Total	323	100

Fuente: Censo INEC, (2010)

Se observa que la población desarrolla principalmente actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 58%, seguida de la industria de la construcción con

el 10% y las industrias manufactureras con el 7%. Con los últimos porcentajes de participación se encuentra la gestión de recursos, transporte, enseñanza y atención médica.

**Tabla 11 Grupo de Ocupación**

GRUPO DE OCUPACIÓN (PRIMER NIVEL)	CASOS	%
Directores y gerentes	2	0,62
Profesionales científicos e intelectuales	1	0,31
Técnicos y profesionales del nivel medio	2	0,62
Personal de apoyo administrativo	6	1,86
Trabajadores de los servicios y vendedores	26	8,05
Agricultores y trabajadores calificados	140	43,34
Oficiales, operarios y artesanos	31	9,60
Operadores de instalaciones y maquinaria	17	5,26
Ocupaciones elementales	81	25,08
no declarado	10	3,10
Trabajador nuevo	7	2,17
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Censo INEC, (2010)

En esta tabla se observa que el primer grupo de ocupación lo conforman los agricultores y trabajadores calificados con el 43,34%, seguida de ocupaciones elementales (sin profesionalización) con el 25,08% y el 9,6% conformado por oficiales, operarios y artesanos.

**Tabla 12 Categoría de Ocupación**

CATEGORÍA DE OCUPACIÓN	CASOS	%
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio,	11	3,48
Empleado/a u obrero/a privado	128	40,51
Jornalero/a o peón	83	26,27
Patrono/a	2	0,63
Socio/a	1	0,32
Cuenta propia	70	22,15
Trabajador/a no remunerado	8	2,53
Empleado/a doméstico/a	6	1,90
Se ignora	7	2,22
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Censo INEC, (2010)

El primer lugar de categoría de ocupación lo ocupan los obreros/as privados con el 40,51% lo cual confirma que la principal actividad de la parroquia sigue siendo la principal fuente de ingresos para las familias que conforman Rumipamba. Seguido se encuentran los jornaleros o peones con el 26,27% y posteriormente los trabajadores que tienen cierta labor por cuenta propia con el 22,15%.

### **2.6.3. Turismo**

En la siguiente tabla se observa los atractivos turísticos y los servicios complementarios ubicados en los sectores de El Vallecito, Tanipamba, y El Vallecito. Sitios en los cuales se desarrolla turismo ecológico, gastronómico, y cultural. Se toma en cuenta que existen atractivos potenciales como granjas, miradores, casas hacienda, y hoteles en los sectores de San Antonio, El Vallecito, Tanipamba, El Vallecito.

**Tabla 13 Planta Turística**

Atractivo turístico	Ubicación	Tipo de turismo	Origen de turistas	Tipo de administración
Restaurante Comunitario El Vallecito	Vallecito	Turismo gastronómico.	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Complejo Deportivo	Vallecito	deporte	Local	Público
11 Cascadas entre ellas Cóndor Machay y Vilatuña	Tanipamba	Turismo ecológico y de aventura	Local, nacional y extranjeros.	Municipio de Rumiñahui
Gruta de la Virgen de la Peña	Tanipamba	Turismo ecológico y de aventura	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
Hostería El Cucayo	Tanipamba	Descanso y gastronómico.	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Hostería Los Alisos	Vallecito	Descanso y gastronómico.	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Hostería La Caldera	Vallecito	Descanso y gastronómico.	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Senderos ecológicos	Tanipamba	Turismo ecológico	Local, nacional y extranjeros.	Municipio de Rumiñahui
Muro portón de ingreso	La Moca	Turismo cultural.	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
<b>POTENCIALES</b>				
Granjas Integrales	Sambache	Turismo agropecuario.	Local, nacional y extranjeros.	Privado y comunitaria
Mirador Herrera	Sambache	Turismo ecológico.	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Casa Hacienda San Antonio	San Antonio	Turismo ecológico.	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Iglesia San Antonio	San Antonio	Turismo ecológico.	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
Asensos al Pasochoa	San Antonio	Turismo ecológico y de aventura	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
Granjas Integrales	San Antonio	Turismo agropecuario.	Local, nacional y extranjeros.	Privado y comunitaria
Plaza de Toros	Vallecito	Turismo cultural.	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
Museo de sitio / Centro de Interpretación turística.	Vallecito	Turismo de guía.	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
Granjas Integrales	Vallecito	Turismo agropecuario.	Local, nacional y extranjeros.	Privado y comunitaria
Granjas Integrales	Tanipamba	Turismo agropecuario.	Local, nacional y extranjeros.	Privado y comunitaria
Hotel Sebastians (en construcción)	Tanipamba	Turismo ecológico y de aventura	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Mirador Alcocer	Tanipamba	Turismo ecológico	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Mirador La Virgen	Tanipamba	Turismo ecológico	Local, nacional y extranjeros.	Privado
Iglesia	Central	Turismo cultural.	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
Granjas Integrales	Central	Turismo agropecuario.	Local, nacional y extranjeros.	Privado y comunitaria
Centro de Artesanías (no existe)	La Moca	Turismo cultural.	Local, nacional y extranjeros.	Comunitario
Granjas Integrales	La Moca	Turismo agropecuario.	Local, nacional y extranjeros.	Privado y comunitaria

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Rumiñahui.

#### 2.6.4. Superestructura

La superestructura se conforma por los organismos públicos y privados que se encuentran a cargo de optimizar, gestionar y controlar las actividades relacionadas con el sistema turístico, con la finalidad de alcanzar los objetivos para el desarrollo y la actividad potencializada en la Parroquia de Rumipamba y el Cantón Rumiñahui.

#### 2.6.5. Responsabilidad organizacional

El área de responsabilidad organizacional recae sobre la Administración Pública y las organizaciones privadas; para lo cual Rumipamba que es una parroquia rural tiene

como máxima autoridad organizativa, la Junta Parroquial, cuyos representantes son elegidos por votación popular cada cuatro años.

Un diagnóstico participativo determinó que en la Parroquia de Rumipamba no existen organizaciones territoriales legalmente constituidas, pero que sin embargo existe el fortalecimiento y desarrollo organizacional de la comunidad. A lo cual el Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Rumiñahui ha respondido a esta necesidad de organización mediante estrategias, programas y proyectos sistematizados.

**Tabla 14 Proyectos Manejo Territorial**

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROGRAMAS	PROYECTOS
ESTABLECIMIENTO DE PROGRAMAS Y PROYECTOS DE MANEJO TERRITORIAL		
UN TERRITORIO CON UN USO Y OCUPACIÓN DEL SUELO QUE PERMITE UN DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE Y SUSTENTABLE	ORDENAMIENTO FÍSICO-ESPACIAL DE LA PARROQUIA	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rumipamba, con un horizonte de estudio de 15 años,  Plan de Ordenamiento Físico- Espacial de la Parroquia Rumipamba,

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Rumiñahui.

#### 2.6.5.1. Estructura organizada

La estructura organizada de la Parroquia se encuentra encabezada por la Junta Parroquial, la cual ha sido elevada a Gobierno Seccional Autónomo, el cual ha logrado que la comunidad se interese por su desarrollo, y participe en resolver problemas, a cargo de líderes de cada barrio quienes representan a las familias de su sector y las mantienen informadas.

Se cuenta además dentro de la estructura Orgánica y Funcional de las Juntas parroquiales Rurales a los siguientes miembros, según la Ley Orgánica de las Juntas Parroquiales:

- Presidente: Ing. Ramiro Alcocer
- Vicepresidente: Sr. Roberto Velásquez
- Secretaria y tesorera: Patricia Chávez
- Vocal: Ivan Regalado

### **2.6.6. Proyectos de Desarrollo**

Enfocados en un desarrollo sostenible, se ha buscado planificar, fomentar y sostener la participación de la comunidad, de las entidades públicas y de organizaciones privadas, para impulsar actividades que aporten en especial al sector turístico debido a que ha sido determinada como punto turístico con aspectos potenciales que deben ser aprovechados para el beneficio de la parroquia, del cantón y del país.

Actualmente la Dirección de Turismo se encuentra habilitando proyectos, junto con el Municipio de Rumiñahui, para lo cual su principal interés es el mejoramiento de la infraestructura de la parroquia, para lo cual la Junta Parroquial ha propuesto las siguientes actividades:

- Ampliación de la cobertura de los servicios básicos
- Mejoramiento de la vía principal
- Mejoramiento del servicio de transporte
- Aprovisionamiento a la escuela de la parroquia
- Mejoramiento de atención de servicios de salud
- Y la de más interés para el sector turístico que es el mejoramiento de la competitividad en el sector turístico.

La gestión turística y el desarrollo del sector se encuentran a cargo de un Concejo Cantonal de Turismo, La Comisión de Turismo, La Dirección de Turismo del Municipio y la Cámara de Turismo que es el gremio Privado.

Complementario a las actividades que propone la Junta Parroquial, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial plantea dentro de sus líneas estratégicas los siguientes planes y proyectos:

- Plan Maestro de Saneamiento y Agua Potable para el centro poblado de la Parroquia Rumipamba,
- Plan de capacitación a la población para el manejo y posterior reciclaje de los desechos sólidos.
- Plan de mejoramiento de la red de energía eléctrica que actualmente existe
- Plan Integral de atención a los sectores poblacionales frágiles de la Parroquia Rumipamba:
  - Plan de Contingencia ante potenciales impactos de eventos catastróficos en la Parroquia Rumipamba.
  - Plan Maestro de Salud Integral para la Parroquia Rumipamba.
  - Plan Maestro de Vialidad para la Parroquia de Rumipamba
  - Plan de mejoramiento y complementación de empedrados y dotación de alcantarillado fluvial de las vías secundarias y colectoras de la parroquia
  - Plan de estabilización de taludes en las vías primarias de la parroquia.
  - Plan Maestro de Salud Integral, para la Parroquia Rumipamba.
  - Plan Maestro de aprovechamiento del potencial turísticos de la Parroquia Rumipamba
  - Plan de capacitación y entrega de tecnológica para mejorar y ampliar el aparato productivo existente
  - Plan de apoyo a la creación de microempresas: productivas y de comercialización,
  - Plan Integral de apoyo económico a proyectos productivos, que amplíen la oferta de trabajo, capacitación a productores para el desarrollo de proyectos de agricultura orgánica

“El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se fundamenta en el desarrollo como principal fin del proceso, en la sostenibilidad como condición básica, y la participación como método a utilizar; lo cual constituye en esencia el producto de un proceso permanente de PACTO Y ACUERDO SOCIAL donde se fusionaron todos los sectores y actores sociales, culturales, naturales, económicos e institucionales para lograr el buen vivir de la población.”

## **2.7. ANÁLISIS DEL MERCADO**

El objetivo de estudiar el mercado en la presente investigación es, generar un mayor acercamiento a la forma como se comporta la oferta turística (capacidad para la prestación de servicios turísticos en la zona), y la demanda (comportamiento de los consumidores o turistas frente al servicio que se propone) a fin de definir estrategias técnicas que le permitan a la propuesta encontrar la justificación económica, social y ambiental que busca.

A continuación se presentan tablas de desglose a través de las cuales se evidencia el comportamiento que tiene las curvas de oferta y demanda turística en una serie histórica de tiempo. Es importante tomar en cuenta que el análisis integran tres momentos (histórico, actual y preventivo); esto se lo hace con el fin de validar la propuesta a través de reafirmar que con ésta se puede incrementar y atender las necesidades del flujo turístico.

### **2.7.1. Análisis de oferta turística**

Para efectos de la investigación, a la oferta se la entiende como aquella cantidad de bienes, productos y servicios turísticos que El Vallecito es capaz de ofrecer a los visitantes o aquellas personas quienes tienen interés por realizar actividades de distracción o turismo en general.

**Tabla 15 Oferta turística histórica**

AÑOS	FLUJO TURÍSTICO CAUSADO Y CUBIERTO A LAS DIFERENTES ZONAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI			
	PROVINCIA PICHINCHA	CANTÓN RUMIÑAHUI	PARROQUIA DE RUMIPAMBA 42% TURISMO ECOLÓGICO	EL VALLECITO 10% DE FRECUENCIA DE VISITA
<b>2008</b>	568.960	28.448	11.948	1.195
<b>2009</b>	592.660	29.633	12.446	1.245
<b>2010</b>	617.360	30.868	12.965	1.296
<b>2011</b>	643.080	32.154	13.505	1.350
<b>2012</b>	668.800	33.440	14.045	1.404
<b>2013</b>	695.560	34.778	14.607	1.461

**Fuente:** Departamento de documentación del Ministerio de Turismo.

Las cifras contenidas en la tabla evidenciar una presencia importante del turismo en el país en general y específicamente en el cantón Rumiñahui. Cifras que en los últimos años ha sido importantes, las cuales han registrado tasas de decrecimiento cada vez mayores; condición que ha provocado que el sector registre cada vez menos actividad turística.

Para el año 2014 se han evidenciado datos estadísticos que reflejan una tendencia similar de crecimiento a la registrada en el año anterior, lo que se evidencia a través de la tabla.

**Tabla 16 Oferta turística Actual**

AÑOS	FLUJO TURÍSTICO CAUSADO Y CUBIERTO A LAS DIFERENTES ZONAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI			
	PROVINCIA PICHINCHA	CANTÓN RUMIÑAHUI	PARROQUIA DE RUMIPAMBA 42% TURISMO ECOLÓGICO	EL VALLECITO 10% DE FRECUENCIA DE VISITA
<b>2014</b>	722.320	36.116	15.169	1.517

**Fuente:** Departamento de documentación del Ministerio de Turismo.

En esta tabla se resume el comportamiento de la oferta turística, a través de la cual se puede decir que ésta es importante en el sector de forma general, pero de manera

específica sobre el sector de El Vallecito. La importancia de conocer esta información es debido a que se constituye en la base para la definición de una propuesta.

Una vez analizado los períodos histórico y actual de la oferta turística, ahora se hace necesario diseñar y emplear estrategias de proyección a través de las cuales se puede establecer el impacto que tendría ésta una vez se decida implementarla.

**Tabla 17 Oferta turística proyectada**

X AÑOS	Y OFERTA TURÍSTICA	DESVIACIÓN ESTÁNDAR		DESVIACIÓN ESTÁNDAR AL CUADRADO		PRODUCTO x · y	
		$x = (X - \bar{X})$	$y = (Y - \bar{Y})$	$x^2 = (X - \bar{X})^2$	$y^2 = (Y - \bar{Y})^2$		
2008	1.195	(2,50)	(130,43)	6,25	17.012,25	326,08	
2009	1.245	(1,50)	(80,66)	2,25	6.506,20	120,99	
2010	1.296	(0,50)	(28,79)	0,25	828,92	14,40	
2011	1.350	0,50	25,22	0,25	636,10	12,61	
2012	1.404	1,50	79,23	2,25	6.277,87	118,85	
2013	1.461	2,50	135,43	6,25	18.341,01	338,57	
<b>SUMA</b>	<b>12063</b>	<b>7.951</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>49.602</b>	<b>931</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>2.010,50</b>	<b>1.325,25</b>					

AÑOS	OFERTA TURÍSTICA
2014	1.512
2015	1.565
2016	1.618
2017	1.671
2018	1.724
2019	1.778

**Fuente:** Departamento de documentación del Ministerio de Turismo.



**Figura 24** Oferta turística proyectada

**Fuente:** Departamento de documentación del Ministerio de Turismo.

Los datos logrados a través del proceso de proyección lineal de mínimos cuadrados ordinarios reflejan una tendencia creciente en la oferta turística para los siguientes 5 años de análisis como efecto del comportamiento de la demanda, pero esto bajo la hipótesis de que dicha tendencia se mantendría en el tiempo.

#### **2.7.1.1. Servicios turísticos**

Como ya se mencionó en el capítulo primero, el cantón Rumiñahui en general y la parroquia de Rumipamba en particular ofrecen una amplia gama de servicios; los cuales van desde la más variada gastronomía, transporte, visita a atractivos culturales y naturales; hasta la calidez y amabilidad de su población que hacen de esta zona, una verdadera alternativa para disfrutar y compartir junto a la familia y a amigos.

Así, el sector es tan importante que en los últimos años ha llegado a generar cuantiosos recursos económicos para la zona; teniendo claro que la mayor cantidad de estos tienen origen en la parroquia, y casi nada en el sector de El Vallecito, aspecto que plenamente puede ser resuelto a través de la implementación de esta propuesta.

### **2.8. ANÁLISIS DE DEMANDA**

El objetivo de analizar la demanda en el estudio que se lleva a efecto es, identificar a los potenciales usuarios que se esperaría que visiten el sector y que como consecuencia de dicha visita, demanden o hagan uso de los servicios de interpretación e información turística a ser dispuestos por la propuesta.

En este sentido y con la finalidad de generar lógica en la evaluación de la propuesta a través del punto de vista técnico y económico, se hace necesario diseñar una estructura de análisis de la demanda similar a la de la oferta, la que se describe.

### 2.8.1. Demanda turística histórica

Para el efecto se la entenderá como aquel requerimiento de servicios turísticos que realiza un flujo turístico en una zona especificada.

**Tabla 18 Demanda turística histórica**

AÑOS	FLUJO TURÍSTICO CAUSADO Y POR CUBRIR A LAS DIFERENTES ZONAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI			
	PROVINCIA PICHINCHA	CANTÓN RUMIÑAHUI	PARROQUIA DE RUMIPAMBA 42% TURISMO ECOLÓGICO	EL VALLECITO 10% DE FRECUENCIA DE VISITA
2008	722.579	36.129	15.174	1.517
2009	752.678	37.634	15.806	1.581
2010	784.047	39.202	16.465	1.646
2011	816.712	40.836	17.151	1.715
2012	849.376	42.469	17.837	1.784
2013	883.361	44.168	18.551	1.855

**Fuente:** Censo Poblacional y de Vivienda. Noviembre (2010)

Las estadísticas registran tendencias crecientes en cuanto a la forma como se ha ido desarrollando en turismo en la zona; condición que no se aplica bajo similares tendencias en el caso del sector de estudio. La información contenida en esta tabla se considera como la base a partir de la cual se definirán estrategias orientadas a captar un mayor número de turistas.

### 2.8.2. Demanda turística actual

La medición estadística de este nivel de información se lo realizará a través del análisis de datos logrados a través de las encuestas por un lado, y por otro el estudio de datos generados en el año 2013, por considerárselo como año actual.

**Tabla 19 Demanda turística actual**

AÑOS	FLUJO TURÍSTICO CAUSADO Y POR CUBRIR A LAS DIFERENTES ZONAS DEL CANTÓN RUMIÑAHUI			
	PROVINCIA PICHINCHA	CANTÓN RUMIÑAHUI	PARROQUIA DE RUMIPAMBA 42% TURISMO ECOLÓGICO	EL VALLECITO 10% DE FRECUENCIA DE VISITA
<b>2014</b>	917.346	45.867	19.264	1.926

**Fuente:** Censo Poblacional y de Vivienda. Noviembre (2010)

El dato obtenido refleja el comportamiento de la variable demanda vista en términos históricos y representados como la cantidad de personas quienes estarían interesados en visitar la zona; es decir contratar o adquirir los servicios que se propongan a través de esta investigación.

### 2.8.3. Demanda turística proyectada

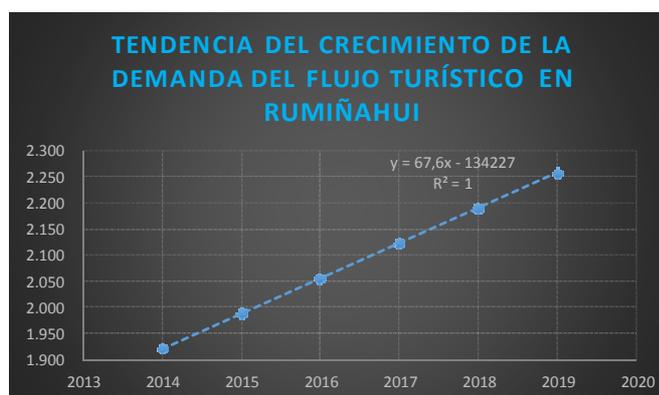
La metodología empleada para estimar la demanda proyecta es similar a la aplicada en la oferta, con la diferencia que en esta se consideran los datos correspondientes al flujo turístico que se esperaría que empleen los servicios dispuesto a través de la iniciativa de inversión. Para el efecto se lo realiza de acuerdo a la siguiente descripción.

**Tabla 20 Demanda turística proyectada**

X	Y	DESVIACIÓN ESTÁNDAR		DESVIACIÓN ESTÁNDAR AL CUADRADO		PRODUCTO
AÑOS	DEMANDA TURÍSTICA	$x = (X - \bar{X})$	$y = (Y - \bar{Y})$	$x^2 = (X - \bar{X})^2$	$y^2 = (Y - \bar{Y})^2$	$x \cdot y$
2008	1.517	(2,50)	(165,65)	6,25	27.439,05	414,12
2009	1.581	(1,50)	(102,44)	2,25	10.493,85	153,66
2010	1.646	(0,50)	(36,56)	0,25	1.336,97	18,28
2011	1.715	0,50	32,03	0,25	1.025,96	16,02
2012	1.784	1,50	100,63	2,25	10.125,57	150,94
2013	1.855	2,50	171,99	6,25	29.582,22	429,99
<b>SUMA</b>	<b>12063</b>	<b>10.098</b>	<b>-</b>	<b>(0)</b>	<b>17,50</b>	<b>80.003,62</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>2.010,50</b>	<b>1.683,06</b>				

AÑOS	DEMANDA TURÍSTICA
2014	1.920
2015	1.987
2016	2.055
2017	2.122
2018	2.190
2019	2.258

**Fuente:** Censo Poblacional y de Vivienda. Noviembre (2010)

**Figura 25 Demanda turística proyectada**

**Fuente:** Censo Poblacional y de Vivienda. (2010).

A través de los datos obtenidos de alguna forma se evidencia las potencialidades de la propuesta, esto en vista que a medida que mayor sea la demanda turística, también mayor será la posibilidad de que el Centro de Información e Interpretación Turística entre en operaciones.

### 2.8.4. Demanda Insatisfecha

En el caso de estudio que busca analizar las ventajas y desventajas que tendría el aperturar el Centro de Información e Interpretación en el sector de El Vallecito, la demanda insatisfecha se la obtiene mediante diferencia entre lo que actualmente se encuentra ofertado menos la cantidad demandada lograda a través del estudio anterior.

**Tabla 21 Demanda turística insatisfecha**

DEMANDA POTENCIAL DE TURISMO EN EL SECTOR DEL VALLECITO			
AÑOS	OFERTA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA INSATISFECHA
<b>2014</b>			<b>-408</b>
	1.512	1.920	
<b>2015</b>			<b>-422</b>
	1.565	1.987	
<b>2016</b>			<b>-437</b>
	1.618	2.055	
<b>2017</b>			<b>-451</b>
	1.671	2.122	
<b>2018</b>			<b>-466</b>
	1.724	2.190	
<b>2019</b>	1.778	2.258	<b>-480</b>



**Figura 26 Demanda turística insatisfecha**

**Fuente:** Censo Poblacional y de Vivienda. Noviembre (2010)

En la gráfica que antecede se puede ver con bastante claridad que la demanda actual y futura no alcanzaría a ser cubierta por la oferta; por lo que, frente a una brecha de insatisfacción en el mercado, es necesaria la presencia de servicios en el sector.

### 2.8.5. Demanda Potencial

En esta parte de la investigación se asume que con los actuales recursos no sería el estudio de resolver todos los problemas del mercado, haciéndose necesario frente a aquello seleccionar un espacio de esa insatisfacción para atenderla. Este dato se lo logra a través de analizar la variable nivel de aceptación obtenida de la encuesta.

**Tabla 22 Demanda Potencial**

<b>DEMANDA POTENCIAL DE TUSRIMO EN EL SECTOR DEL VALLECITO</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA TURÍSTICA</b>	<b>DEMANDA TURÍSTICA</b>	<b>DEMANDA TURÍSTICA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL</b>
<b>2014</b>	1.512	1.920	-408	-306
<b>2015</b>	1.565	1.987	-422	-317
<b>2016</b>	1.618	2.055	-437	-328
<b>2017</b>	1.671	2.122	-451	-338
<b>2018</b>	1.724	2.190	-466	-349
<b>2019</b>	1.512	1.920	-408	-306

Los datos reflejan una no muy significativa pero importante demanda insatisfecha, espacio como se ha mencionado sobre el que la propuesta podría interesarse en atender con una inversión.

### 2.8.6. Demanda de cobertura

Finalmente la demanda más importante a tomarse en cuenta es aquella donde se obtiene el óptimo del uso de los recursos dispuestos como inversión, o los que darán lugar a que se ejecuten las iniciativas de mejora turística en el sector de El Vallecito.

**Tabla 23 Demanda de Cobertura**

DEMANDA POTENCIAL DE TURISMO EN EL SECTOR DE LA MOCA					
AÑOS	OFERTA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA INSATISFECHA	DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL	DEMANDA TURÍSTICA DE COBERTURA
2014	1.512	1.920	-408	-306	-275
2015	1.565	1.987	-422	-317	-285
2016	1.618	2.055	-437	-328	-295
2017	1.671	2.122	-451	-338	-305
2018	1.724	2.190	-466	-349	-314
2019	1.778	2.258	-480	-360	-324

Los valores negativos contenidos en la tabla simplemente es la evidencia de que en el mercado existe un segmento que aún no se encuentra cubierto y sobre el cual el proyecto o propuesta de la reactivación del Centro de Información e Interpretación Turística podría participar con su contingente financiero, económico, técnico y humano.

### 2.8.7. Análisis y presentación de resultados

Una vez procesada la información estadística alcanzada de la aplicación de las encuestas, mediante la metodología de muestreo probabilístico simple se puede definir al mercado objetivo como; un mercado de competencia perfecta en el que la demanda se autorregula como efecto del comportamiento de la oferta y viceversa; tendencia que le permite al mercado ser más eficiente; en este sentido se justifica la creación de un Centro de Información e interpretación turística en El Vallecito; sugiriéndose que esta

sea dispuesta a través del seguimiento y cumplimiento de una planificación diseñada por procesos.

De acuerdo a esta visión los servicios propuestos con el estudio pueden plenamente ajustarse a las necesidades del mercado, lo que de cierta forma permitirá ofertar al mercado, lo que el mercado requiere, facilitando así las actividades de desarrollo socio-económico y turístico.

Al haber definido los servicios que podrán ser dispuestos a través de esta Centro, se logra potencializar su disposición; así como el uso, lo que a la larga le permitirá generar mayores beneficios desde el punto de vista técnico (informativo) y social (atención a las necesidades de la población y responsabilidad con el medio natural).

Es importante mencionar que, conocer de forma cierta la manera como se comportan las variables en un mercado, concede mayores ventajas para quienes tienen el interés de participar en éste, puesto que al poseer información base, le permite diseñar estrategias que se fundamenten en un objetivo común, condición lograda a través de la investigación, ya que se pudieron identificar necesidades como; que en el sector se ofrezca servicios de guianza, profesionales con un amplio manejo de un segundo idioma, en particular el idioma inglés, fechas y temporadas más altas, problemas más frecuentes registrados en las operaciones; entre otros. Así los datos obtenidos han permitido diseñar una estrategia que potencializa la prestación de servicios en El Vallecito, diseñado por técnicos, evaluados desde el punto de vista económico, legal, ambiental y social para todo el año y con promociones.

El plus con el que se pretende participar en el mercado será la calidad, entendida como el cumplimiento de lo dispuesto en el Plan Nacional del Buen Vivir, la Ley de turismo; a través del cual se prioriza las necesidades de los potenciales usuarios y el permanente respeto y cuidado de los recursos medioambientales a fin de propiciar un turismo sustentable y sostenible en el tiempo.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

La metodología que se aplicará para cumplir con el proceso de investigación incluye un tipo de investigación, los métodos, técnicas, instrumentos de recolección de datos, análisis e interpretación, procesamiento de la información y presentación final de resultados.

#### **3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación a emplearse para cumplir con el proceso investigativo es el denominado Descriptivo; esto en vista que el objetivo de estudio es analizar la condición actual del Sector, para lo cual se emplearán instrumentos de recolección de datos como la encuesta, entrevista y fichas de observación in-situs.

Al ser una investigación descriptiva el objeto de la investigación es identificar el problema, establecer algunas de las causas que han originado para que este persista y mediante el cotejo de información real del problema y el análisis teórico, diseñar una propuesta que no solo contribuya a colocar el problema en contexto, sino a formular alternativas de solución plenamente aplicables y de efecto inmediato.

#### **3.2. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

La investigación orientada a establecer la posibilidad de reactivar el Centro de Interpretación e Información Turística en el Cantón Rumiñahui, considera como parte de la metodología dos tipos de enfoques.

### **3.2.1. Enfoque cuantitativo**

Es una vía de investigar sin mediciones numéricas, tomando encuestas, entrevistas, descripciones, puntos de vista de los investigadores, reconstrucciones los hechos, no tomando en general la prueba de hipótesis como algo necesario.

Se llaman holísticos porque a su modo de ver las cosas las aprecian en su totalidad, como un TODO, sin reducirlos a sus partes integrantes. Con herramientas cualitativas intentan afinar las preguntas de investigación. En este enfoque se pueden desarrollar las preguntas de investigación a lo largo de todo el proceso, antes, durante y después. EL proceso es más dinámico mediante la interpretación de los hechos, su alcance es más bien el de entender las variables que intervienen en el proceso más que medirlas y acotarlas. En vista que el objetivo de la investigación es establecer la posibilidad de reactivar el Centro de interpretación e Información Turística del Cantón Rumiñahui, se hará necesario entonces definir variables que parten desde la frecuencia de visita a los atractivos turísticos existentes en la zona y culmina con la generación de potenciales beneficios operativos, administrativos, económicos y financieros.

### **3.2.2. Enfoque cualitativo**

Toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Utiliza la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de la población que investiga para llegar a probar las Hipótesis establecidas previamente. En este enfoque se utiliza necesariamente el Análisis Estadístico, se tiene la idea de investigación, las preguntas de investigación, se formulan los objetivos, se derivan las hipótesis, se eligen las variables del proceso y mediante un proceso de cálculo se contrastan las hipótesis. Este enfoque es más bien utilizado en procesos que por su naturaleza puedan ser medibles o cuantificables. Específicamente este enfoque se lo empleará en el momento de validar la

propuesta a través de la verificación de hipótesis, considerando para aquellas variables cuantitativas como el número potencial de usuarios de los servicios dispuestos a través del Centro de Interpretación e Información Turística.

### **3.3. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN**

La modalidad de investigación que se ha previsto conveniente aplicar para el procesamiento de la información para el caso de estudio se lo realiza de acuerdo al siguiente detalle.

Así, la investigación tratará de iniciar el estudio desde la identificación del problema, contextualizándolo desde la formulación, planteamiento y sistematización. Posterior a ello se definirán los objetivos a dos niveles, los cuales abordan el problema y la secuencia de análisis de éste.

Con la información lograda se define una metodología que se corresponda con el problema y las conclusiones descritas a través de la propuesta. Para finalmente a través de la implementación de estructuras operativas de investigación diseñar una propuesta que se ajuste a la necesidad del estudio y que se convierta en una alternativa de análisis frente a la decisión.

### **3.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Tomando como punto de partida el tipo de investigación que se empleará para cumplir con el proceso de análisis de variables, se ha visto en la necesidad de plantear los siguientes métodos.

- **Método inductivo-deductivo**

A través de este lo que se pretende es, llevar a efecto un proceso de investigación a través del cual, se parte por identificar el problema en contexto como un todo y de éste a

través de un proceso técnico-lógico derivar en las particularidades del tema. Es importante mencionar que para el proceso de recopilación y preparación de la información será necesario aplicar procesos inductivos, por lo que el método se vuelve de doble sentido.

- **Método histórico-Lógico**

Con este lo que se pretende es cumplir con un proceso de recopilación de información y datos históricos, definidos través de variables y parámetros de medición. Esto se lo hace en el momento de identificar algunas de las causas más frecuentes que han ocurrido en las diferentes unidades de tiempo, mismas que permiten justificar de cierta forma el porqué de la existencia del problema. Así este contribuye a identificar momentos claves sobre los que se genera influencia de la investigación y define los resultados posibles a lograrse.

- **Método Descriptivo**

Como se había mencionado anteriormente el tipo de investigación que se lleva a efecto es de carácter descriptivo, siendo así necesario que el método a emplearse se profile en este sentido y no se aleje de el en sentido estricto. Desde esta óptica la validación de la hipótesis tiene una fuerte incidencia descriptiva, alejándose de procesos numéricos o analíticos, los cuales en suma permiten definir si la propuesta formulada se corresponde a los intereses del estudio.

### **3.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Estas se emplean en el proceso de investigación específicamente para cumplir con actividades de obtención de información cuantitativa y cualitativa que posteriormente será empleada para el análisis estadístico previo a la definición de estrategias y toma de decisiones. Desde esta perspectiva las técnicas a emplearse se corresponden con los objetivos, parámetros e intereses del estudio.

- **Encuesta**

A través de este instrumento se busca obtener información directa de los involucrados en el proceso de creación y reactivación del centro de Interpretación e información turística en el Cantón Rumiñahui. El instrumento se lo diseña tomando en cuenta los objetivos de la investigación y parámetros de medición que van desde lo operativo-técnico hasta lo administrativo-económico.

- **Entrevista**

Esta será la empleará específicamente para intentar obtener información directa de los dirigentes de la parroquia en temas específicos como seguridad, interés de reactivación de las actividades turísticas y organización local.

### **3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El proceso de análisis e interpretación inicia con el diseño y aplicación de los instrumentos de recolección de datos de acuerdo a lo planificado, análisis de los resultados obtenidos mediante procesos de muestreo aleatorio simple y deriva en la presentación del informe final, a través del cual se evidenciarán las conclusiones y recomendaciones a que tuvieren lugar.

#### **3.6.1. Procesamiento de la información**

Uno de los temas de mayor interés dentro del proceso de investigación que se lleva a efecto para establecer la pertinencia o no de reactivar el Centro de Interpretación e Información turística del Cantón Rumiñahui es la definición del proceso que se debe seguir. Así la investigación plantea el siguiente.

**Tabla 24 Proceso a seguirse para la presentación de los resultados de investigación**  
**SECUENCIA DEL PROCESO**

1. Planteamiento del problema
2. Formulación de objetivos de la investigación
3. Diseño de instrumentos de recolección de datos
4. Definición de metodología que se ajuste a los objetivos de la investigación.
5. Cálculo de población y muestra
6. Selección del segmento objetivo a ser investigado
7. Aplicación de instrumentos de recolección de información
8. Tabulación de los resultados obtenidos a través de los instrumentos.
9. Preparación del informe final que servirá de base para los objetivos.
10. Formulación de conclusiones y recomendaciones originadas del informe final.

### **3.6.2. Presentación final de resultados**

La presentación final de los resultados se lo realizará a través del ajuste de datos logrados con la herramienta informática SPSS versión 20, en la que se elaborarán tablas, cuadros y gráficos estadísticos con la finalidad de sistematizar los resultados que facilitaran el análisis y la posterior toma de decisiones frente al objetivo general.

### **3.7. CÁLCULO DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA**

El objetivo en esta parte de la investigación será identificar al segmento objeto de estudio, y de ésta estimar el potencial segmento poblacional sobre el que se trabajará. Los resultados obtenidos a este nivel se constituyen en la base para la interpolación de datos que permitirán ajustar el comportamiento de la población en función a los datos de la muestra.

### 3.7.1. Definición de la población

- **Población**

A decir de Augusto Barragan, a la población la define como el conjunto de observaciones sobre las que se puede efectuar análisis estadístico y estudio de casos. Desde esta óptica el trabajo busca seleccionar una población referida, es decir de características heterogéneas a fin de considerar un espacio muestral más amplio que permita diseñar una propuesta más ajustado a las características del mercado objetivo.

Así la población identificada y que se ajusta a la necesidad de la investigación la conforman, el número de turistas que ingresaron al cantón y que se encuentran registrados en las cifras del Ministerio de Turismo al año 2012. No se considera el año 2013 por cuanto el dato a la fecha no es fiable, lo que ocasionaría algunas distorsiones probabilísticas.

**Tabla 25 Flujo de ingreso turístico a la Provincia de Pichicha para el año 2012 y 2013**

JEFATURAS	JUL		AGO		SEP		OCT		NOV		DIC		ACUMULADO	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
													Ene-May	Ene-May
CAYAMBE	2.461	0	2.043	0	1.753	0	1.999	0	2.042	0	2.288	0	8.842	10.316
MEJÍA	839	0	696	0	598	0	681	0	696	0	780	0	3.014	3.517
PEDRO MONCAYO	615	0	511	0	438	0	500	0	510	0	572	0	2.211	2.579
PEDRO VICENTE MALDONADO	280	0	232	0	199	0	227	0	232	0	260	0	1.005	1.172
PUERTO QUITO	671	0	557	0	478	0	545	0	557	0	624	0	2.412	2.813
RUMIÑAHUI	951	0	789	0	677	0	772	0	789	0	884	0	3.416	3.986
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	336	0	279	0	239	0	273	0	278	0	312	0	1.206	1.407
QUITO	2.478	0	2.057	0	1.765	0	2.012	0	2.056	0	2.304	0	8.903	10.386
<b>TOTAL</b>	<b>8.632</b>	<b>0</b>	<b>7.163</b>	<b>0</b>	<b>6.148</b>	<b>0</b>	<b>7.009</b>	<b>0</b>	<b>7.160</b>	<b>0</b>	<b>8.024</b>	<b>0</b>	<b>31.008</b>	<b>36.175</b>

La cifra a considerarse para el análisis corresponde al ingreso de turistas al Cantón Rumiñahui para el año 2012. Así el número promedio de ingresos es de 3.986 entre nacionales y extranjeros, estimándose que por turismo extranjero se registra el 29,70% y la diferencial al nacional y local.

Asumiéndose así que la población a considerarse para estimar la muestra debe ser de 3.986 encuestados, bajo la característica de que se encuentra interesado en hacer turismo en el cantón.

### 3.7.2. Estimación de la Muestra

Habiendo identificado la población, se hace necesario ahora identificar la muestra con la que se trabajará, esto con la finalidad de facilitar el proceso de inferencia estadística.

A decir del autor citado, la muestra es aquella parte de la población que guarda estrecha relación con la principal y la que generalmente es objeto de análisis. Bajo esta consideración la estimación de la muestra a ser seleccionada es el resultado de ajustes matemáticos en los que se consideran las desviaciones, probabilidades, nivel de error y nivel de confianza.

Para el caso de estudio se lo efectúa aplicando el criterio de muestreo probabilístico simple.

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

$$n = \frac{(0,60)(0,40)}{\frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + \frac{(0,60)(0,40)}{3.986}}$$

$$n = \frac{0,24}{\frac{0,0025}{3,8416} + \frac{0,24}{3.986}}$$

$$n = \frac{0,24}{0,00065077 + 0,00006021}$$

$$n = \frac{0,24}{0,00071}$$

$$n = 337,56 \text{ Encuestas}$$

Una vez efectuado el cálculo se pudo conocer que, para levantar la información relacionado a la posibilidad de implementar el centro de Información e interpretación turística en el Cantón Rumiñahui, se estima que se deberán aplicar 337,56 encuestas distribuidas aleatoriamente entre la población seleccionada.

### **3.8. DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Con la finalidad de levantar información se ha considerado conveniente diseñar un instrumento de recolección de datos, el cual facilite el análisis y posterior interpretación de resultados, a fin de inducir la planificación y toma de decisiones.

Para este fin se parte por plantear un objetivo general y varios específicos que se relacionan directamente con las variables a ser estudiadas. En este proceso de identifican variables como: frecuencia de visita, origen del turismo, forma de contratación, temporadas de visita, problemas frecuentes registrados con empresas especializadas y las necesidades más frecuentes manifestadas por los usuarios de los servicios y que aún no han podido ser cubiertas a través de la oferta turística lograda.



**UNIVERSIDAD DE LA ESCUELA DE LAS FUERZAS  
ARMADAS - ESPE**

**ENCUESTA PARA LEVANTAR INFORMACIÓN RELACIONADA CON LA  
REACTIVACIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN  
TURÍSTICA EN EL VALLECITO**

**Objetivo:** Levantar información relacionada con la pertinencia de reactivar el Centro de Interpretación e información turística en el sector del Vallecito de la Parroquia de Rumipamba.

**Indicaciones:** Marque con una X la opción que considere.

Código \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

GÉNERO	M	<input type="checkbox"/>	F	<input type="checkbox"/>
EDAD	<input style="width: 80%;" type="text" value="AÑOS"/>			
FRECUENCIA DE VISITA	<input style="width: 80%;" type="text" value="VECES AL AÑO"/>			

1. ¿Conoce y ha visitado el cantón Rumiñahui?

Si	
No	

2. ¿Qué atractivos turísticos conoce y ha visitado en el cantón Rumiñahui?

Cascadas	
Complejos turísticos	
Casas de Hacienda	
Atractivos naturales	
Atractivos culturales	
Otros	

3. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Rumiñahui de forma anual?

1 vez al año  
 2 vez al año  
 3 vez al año  
 6 vez al año  
 12 vez al año  
 Otras


4. ¿Cuáles son los destinos turísticos de interés para visitarlos por concepto de turismo?

El Molinuco  
 Cascada Vilatuña  
 Rumibosque  
 El castillo del Gringo loco  
 Montañita de Santa Rosa  
 Otros


5. ¿Cuáles son los principales problemas que usted ha evidenciado el momento de seleccionar un destino turístico?

Escasa información  
 No se encuentran incluidos la guianza  
 No existen servicios complementarios  
 Falta de promoción turística  
 Otros


6. ¿Cuáles son los principales factores que usted toma en cuenta en el momento de seleccionar un destino turístico?

Seguridad  
 Distancia  
 Costos  
 Alternativas turísticas  
 Servicios complementarios  
 Disponibilidad del tiempo  
 Otros


7. ¿La información turística con la que cuenta le ha permitido satisfacer sus necesidades de viaje?

Si satisface   
 No satisface

8. ¿Generalmente cuando usted decide hacer turismo en compañía de quien lo realiza?

Familiares   
 Amigos   
 Grupo de trabajo   
 Otros

9. ¿Identifique las fechas en las que estaría interesado en visitar El vallecito, de acuerdo a la siguiente descripción.

Fines de semana	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Feridos	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Temporada de vacaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Otras fechas no especificadas	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

10. ¿Cuál es el presupuesto promedio destinado para actividades de turismo de forma anual?

De \$100 a \$200   
 De \$201 a \$500   
 De \$501 a \$800   
 Mas de \$801

11. ¿Las actividades turísticas generalmente usted las realiza?

Por cuenta propia   
 Por contratación con empresas especializadas

12. ¿En qué idioma alternativo le gustaría que se proporcione información a través de este centro de interpretación e información turística.

Español   
 Ingles   
 Francés   
 Chino-Mandarin   
 Otros

13. ¿Si ha visitado el cantón Rumiñahui, cuales son los principales problemas que usted ha percibido desde el punto de vista del suministro de información turística?

- |                                      |                          |
|--------------------------------------|--------------------------|
| No se cuenta con información         | <input type="checkbox"/> |
| Se cuenta con poca información       | <input type="checkbox"/> |
| Se cuenta con información suficiente | <input type="checkbox"/> |
| Se cuenta con información            | <input type="checkbox"/> |
| Otras                                | <input type="checkbox"/> |

14. ¿De las siguientes manifestaciones culturales, cuales son las que a usted más le despiertan interés?

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| Fiestas tradicionales  | <input type="checkbox"/> |
| Actividades culturales | <input type="checkbox"/> |
| Gastronomía            | <input type="checkbox"/> |
| Espacio de descanso    | <input type="checkbox"/> |
| Otras                  | <input type="checkbox"/> |

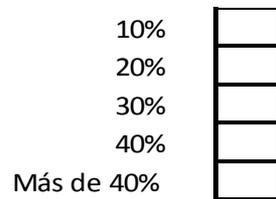
15. ¿Qué actividades adicionales considera usted que las autoridades responsables de la planificación turística en el cantón deberían implementar?

- |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| Planificación turística  | <input type="checkbox"/> |
| Información turística    | <input type="checkbox"/> |
| Interpretación turística | <input type="checkbox"/> |
| Promoción turística      | <input type="checkbox"/> |
| Otras                    | <input type="checkbox"/> |

16. ¿Si se creara un centro de interpretación e información turística usted emplearía los servicios ofertados a través de ésta?

- |    |                          |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

17. ¿Cuál es el porcentaje adicional que estaría dispuesto a pagar por los servicios de información e interpretación turística propuesta por esta investigación?



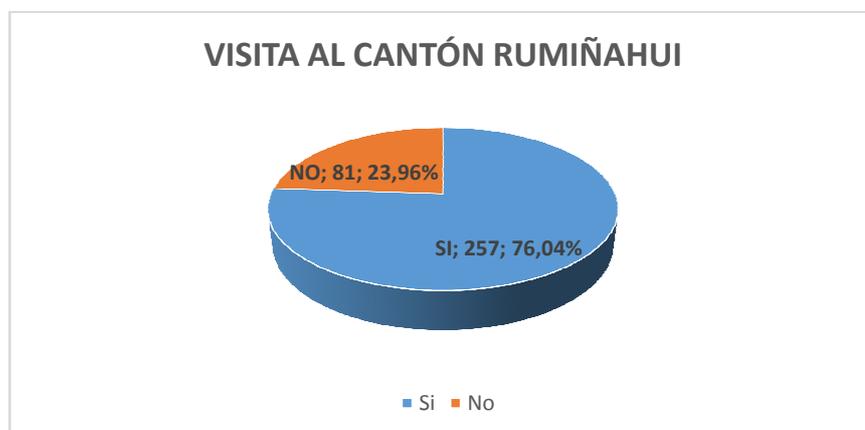
### 3.9. ANÁLISIS ES INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se analiza la información recolectada con los instrumentos de recolección de datos y procesamiento para emplear la información en función a los objetivos de la investigación.

#### 1. ¿Conoce y ha visitado el cantón Rumiñahui?

**Tabla 26 Visita al cantón Rumiñahui**

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
<b>Si</b>	257	76,04%
<b>No</b>	81	23,96%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 27 Visita al cantón Rumiñahui**

## Análisis

Una vez concluido el proceso de tabulación de los datos de la encuesta, e puedo conocer que el 76,04% de éstos manifiesta haber visitado en algún momento el cantón Rumiñahui, sin especificar la fecha.

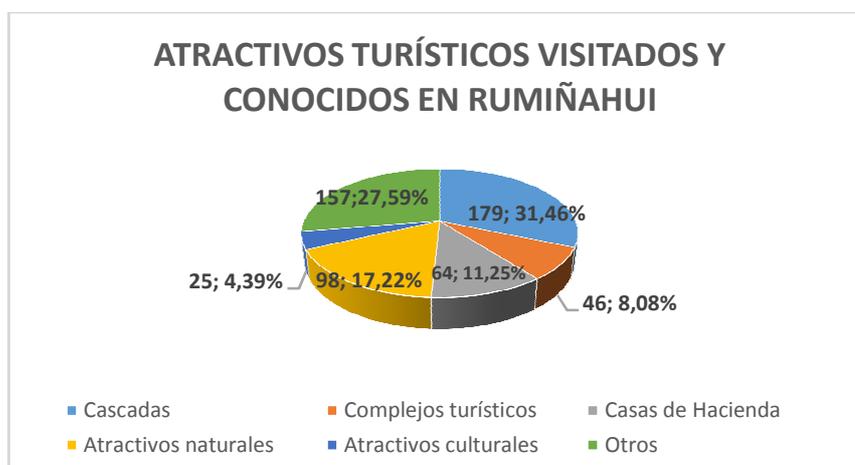
## Interpretación

Los datos obtenidos resultan ser favorables para los objetivos de la investigación, puesto que permiten diseñar una base de datos con información más fiable de los requerimientos del cantón en el tema turístico y operativo, siendo éstos precisamente quienes poseen el conocimiento necesario para hacer recomendaciones que contribuyan al diseño de alternativas y estrategias de participación en el mercado bajo mejores condiciones de eficiencia y eficacia.

## 2. ¿Qué atractivos turísticos conoce y ha visitado en el cantón Rumiñahui?

**Tabla 27 Atractivos turísticos visitados y conocidos en Rumiñahui**

OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Cascadas	179	106	31,46%
Complejos turísticos	46	27	8,08%
Casas de Hacienda	64	38	11,25%
Atractivos naturales	98	58	17,22%
Atractivos culturales	25	15	4,39%
Otros	157	93	27,59%
<b>TOTAL</b>	<b>569</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 28 Atractivos turísticos visitados y conocidos en Rumiñahui**

### **Análisis**

Frente a la idea de identificar los atractivos de mayor frecuencia de visita en el cantón, que con mayor frecuencia las cascadas en aproximadamente el 31,46%, otros atractivos no identificados con el 27,59%, atractivos naturales en general con el 17,22% y casas de hacienda con el 11,25% son los más frecuentados por los turistas en el cantón.

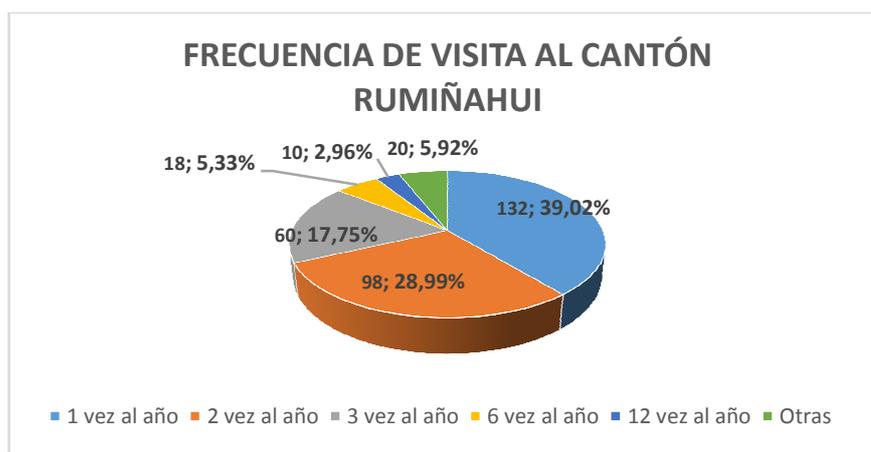
### **Interpretación**

Los datos obtenidos permiten orientar la planificación para el cumplimiento de actividades como parte de la creación del Centro de información e interpretación, puesto que el objetivo de éste es desde el inicio de las operaciones optimizar los recursos, y se cree que esto será posible focalizando los servicios identificados a través del estudio de demanda y de necesidad de mercado. Importante de destacar es que el estudio permite no solo identificar los servicios que pueden formar parte del plus, sino que contribuye a orientar la actividad práctica.

### 3. ¿Con qué frecuencia visita el cantón Rumiñahui de forma anual?

**Tabla 28 Frecuencia de Visita al cantón Rumiñahui**

OPCIÓN	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	ABSOLUTA	RELATIVA
<b>1 vez al año</b>	132	39,05%
<b>2 vez al año</b>	98	28,99%
<b>3 vez al año</b>	60	17,75%
<b>6 vez al año</b>	18	5,33%
<b>12 vez al año</b>	10	2,96%
<b>Otras</b>	20	5,92%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 29 Frecuencia de Visita al cantón Rumiñahui**

#### **Análisis**

Se pudo conocer que la frecuencia con la que los turistas visitan el cantón en mayor frecuencia relativa es de una vez al año en alrededor del 39,05%, seguido de quienes lo hacen dos veces por año en alrededor del 28,99% y de quienes lo realizan en espacio de tiempo no definidos en el estudio con el 5,92%.

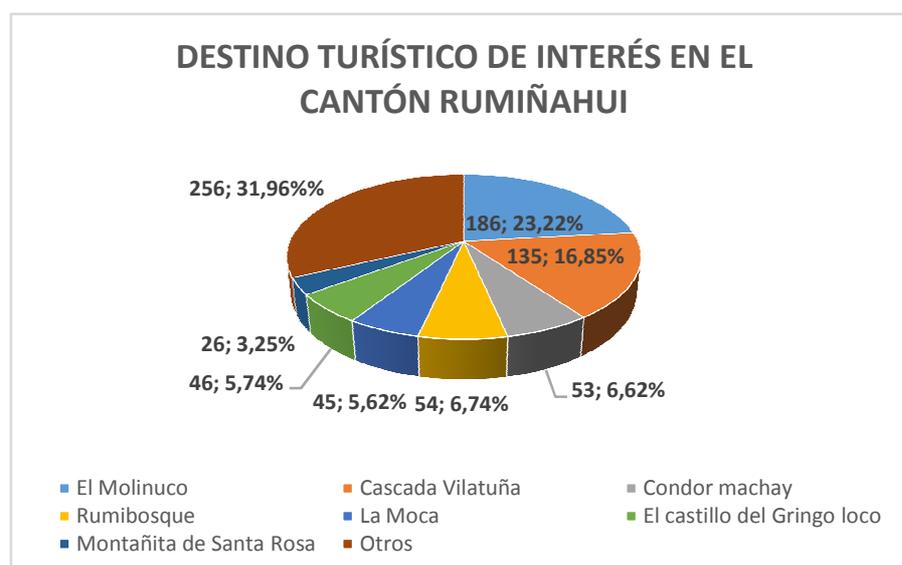
### Interpretación

De esta forma se evidencia que existe una importante rotación de la actividad turística en el cantón, no identificándose así picos máximos o mínimos que de alguna forma contribuyan a generar distorsiones posteriores para el análisis y proyecciones. Por otro lado esta información contribuye favorablemente para organizar los recursos con los que se deberá contar para la prestación de servicios y la forma como estos deberán ser planeados o puestos en ejecución. Así se prevé que el Centro debe organizarse de forma tal que permita brindar el servicio de información e interpretación durante todo el año.

#### 4. ¿Cuáles son los destinos turísticos de interés para visitarlos por concepto de turismo?

**Tabla 29 Destino turístico de interés en el cantón Rumiñahui**

OPCIÓN	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	ABSOLUTA	ABSOLUTA	RELATIVA
<b>El Molinuco</b>	186	78	23,22%
<b>Cascada Vilatuña</b>	135	57	16,85%
<b>Condor machay</b>	53	22	6,62%
<b>Rumibosque</b>	54	23	6,74%
<b>La Moca</b>	45	19	5,62%
<b>El castillo del Gringo loco</b>	46	19	5,74%
<b>Montañita de Santa Rosa</b>	26	11	3,25%
<b>Otros</b>	256	108	31,96%
<b>TOTAL</b>	<b>801</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 30 Destino turístico de interés en el cantón Rumiñahui**

### **Análisis**

Esta es una de las interrogantes de mayor valía en el estudio, ya que a través de esta se puede identificar con claridad el destino del turismo local; de esto se pudo conocer que existen varios atractivos no definidos con el 31,96% los generalmente visitado pero en menores proporciones por la acumulación registrada, seguida del Molinuco con el 23,22%, casaca de Vilatuña con el 16,85%, Condor Machay y Rumibosque con el 6,62% y 6,74% respectivamente.

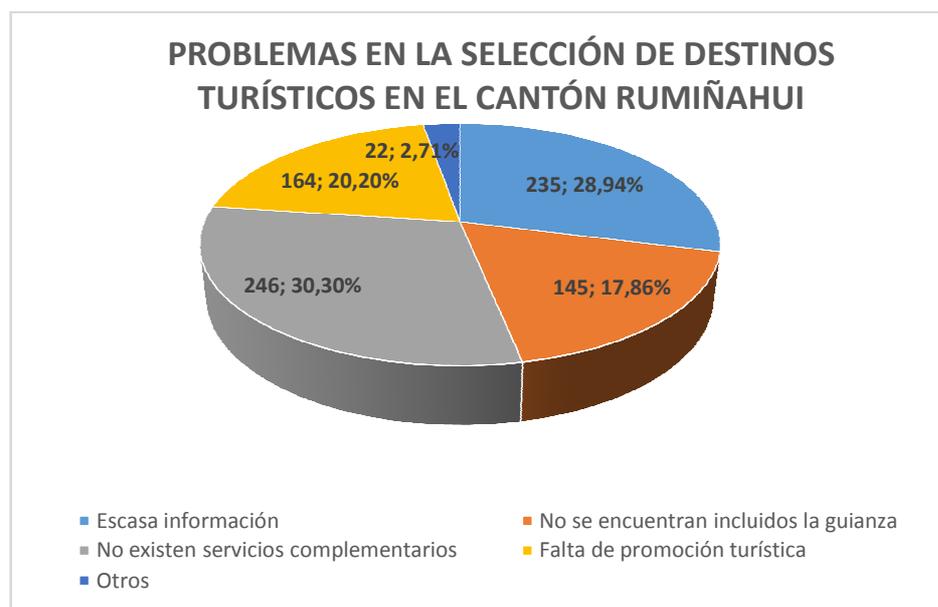
### **Interpretación**

Esta información es vital para los objetivos de la investigación, puesto que al identificar los atractivos de mayor demanda turística, permite por otro lado hacerlo también con los que no registran mayor actividad turística; y como producto de esto organizar los recursos técnicos, administrativos y económicos hacia aquellas actividades que se encuentran poco desarrolladas, y que contribuirían a lograrse los objetivos de contar con información no solo de aquellos establecimientos ya posicionados, sino de aquellos que aún no se encuentran y que en ese sentido requieren apoyo.

**5. ¿Cuáles son los principales problemas que usted ha evidenciado el momento de seleccionar un destino turístico?**

**Tabla 30 Problemas en la selección de los destinos turísticos en el cantón Rumiñahui**

OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA *	FRECUENCIA RELATIVA
Escasa información	235	98	28,94%
No se encuentran incluidos la guianza	145	60	17,86%
No existen servicios complementarios	246	102	30,30%
Falta de promoción turística	164	68	20,20%
Otros	22	9	2,71%
TOTAL	<b>812</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura31 Problemas en la selección de los destinos turísticos en el cantón Rumiñahui**

**Análisis**

Por medio de esta interrogante se busca conocer cuáles son los problemas más frecuentes a los que deben enfrentarse o que se han enfrentado los turistas en el Cantón Rumiñahui, entre estos destacan con el 30,30% la falta de servicios complementarios ofertados por las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos; así también,

escases de información con el 28,94% y no se encuentra incluido los servicios de guianza en el servicio ofertado tradicionalmente con el 17,86%.

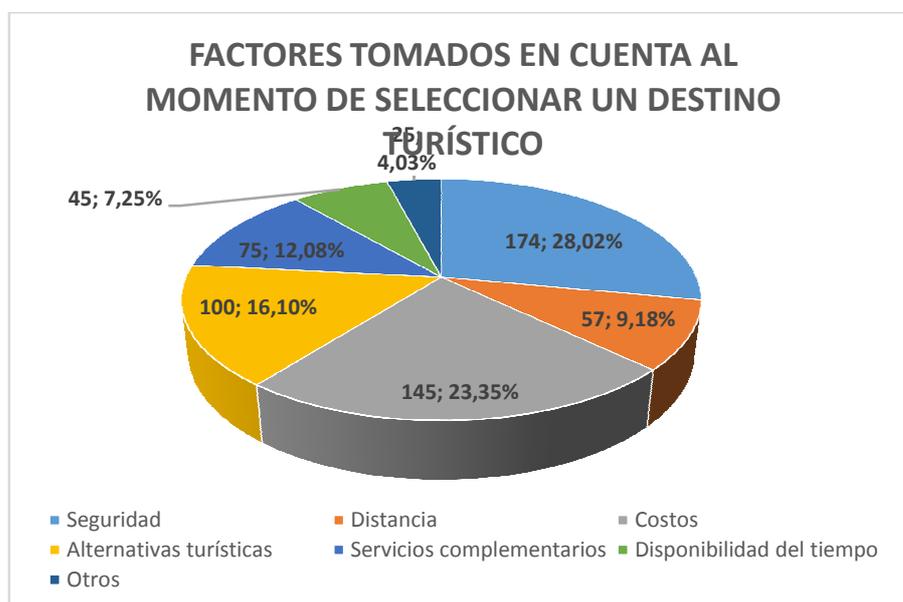
### **Interpretación**

Sin duda esta información no solo contribuye a diagnosticar el problema al que se ha debido enfrentar el turismo local; sino que contribuye a plantear nuevas alternativas de organización que aporten a la solución de los problemas más frecuentes en este sentido. Así también permite analizar de forma indirecta a la competencia, ya que es esta precisamente la que a la fecha no ha podido satisfacer dichas demandas, siendo la responsabilidad de la iniciativa de investigación hacerlo desde la perspectiva del cuidado y protección ambiental.

### **6. ¿Cuáles son los principales factores que usted toma en cuenta en el momento de seleccionar un destino turístico?**

**Tabla 31 Factores tomados en cuenta al momento de seleccionar un destino turístico**

OPCIÓN	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	ABSOLUTA	ABSOLUTA	RELATIVA
Seguridad	174	95	28,02%
Distancia	57	31	9,18%
Costos	145	79	23,35%
Alternativas turísticas	100	54	16,10%
Servicios complementarios	75	41	12,08%
Disponibilidad del tiempo	45	24	7,25%
Otros	25	14	4,03%
TOTAL	<b>621</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura32 Factores tomados en cuenta al momento de seleccionar un destino turístico**

### **Análisis**

Esta respuesta permite que los interesados en llevar a efecto la reactivación del Centro de Interpretación e Información turística cuenten con información valiosa que les permita definir las características del servicio sabiéndose que dentro de los aspectos más tomados en cuenta al momento de contratar un servicio es la seguridad que éste sea capaz de ofrecer con el 28,02%, seguido de los costos con el 23,35%, y alternativas turísticas con el 16,10%.

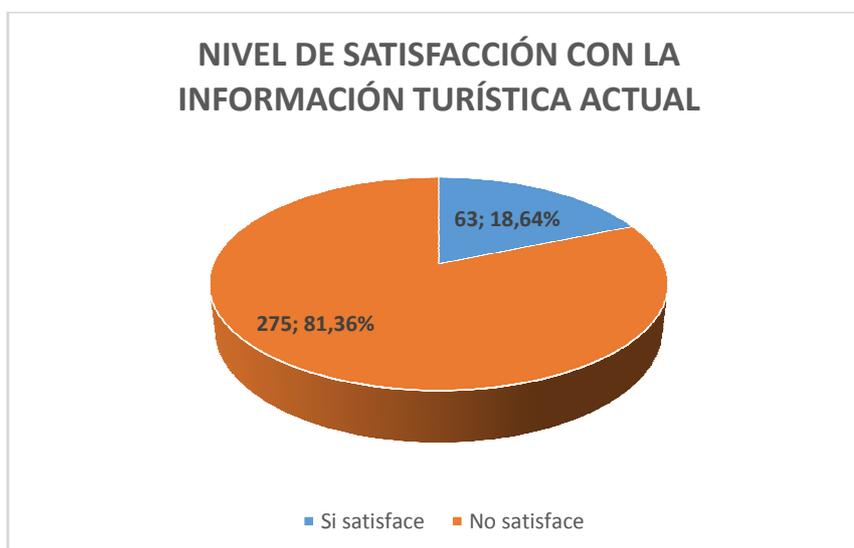
### **Interpretación**

Esta información permite que los interesados en llevar a efecto la propuesta identifiquen fortalezas y oportunidades que le permitan ser más eficientes en el mercado por una parte; y por otra ayuda a caracterizar el servicio que se brindará generando herramienta suficiente para diseñar un producto y servicio diferenciador con base en las necesidades de los clientes.

7. ¿La información turística con la que cuenta le ha permitido satisfacer sus necesidades de viaje?

**Tabla 32 Nivel de satisfacción con la información turística actual**

OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
<b>Si satisface</b>	63	18,64%
<b>No satisface</b>	275	81,36%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 33 Nivel de satisfacción con la información turística actual**

**Análisis**

Es la interrogante de mayor relación con el objeto de trabajo, ya que permite identificar si los turistas actualmente sienten que cuentan con la información necesaria para hacer una visita en los diferentes atractivos turísticos. De esto se pudo conocer que el 81,36% considera no contar con esta, sin duda esta es un aspecto altamente favorable para los objetivos de la investigación.

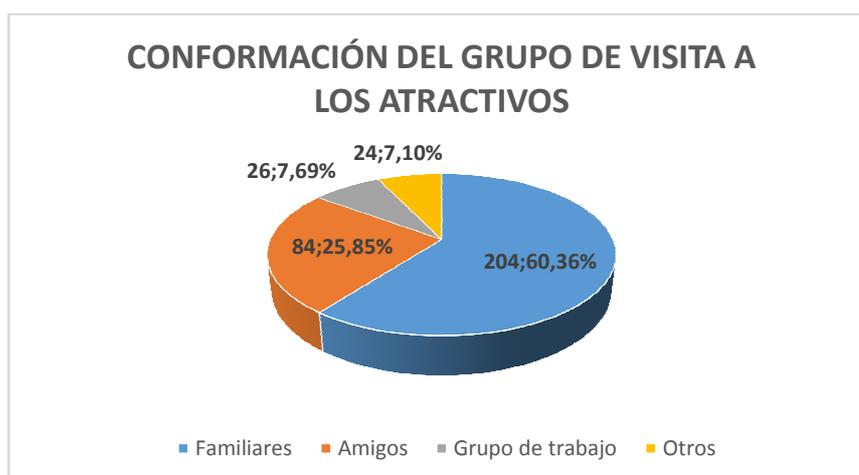
### Interpretación

La posición manifestada de los turistas de que actualmente no cuentan con información suficiente o pertinente para los objetivos del turismo sin duda es el resultado de la falta de atención por parte de la autoridad municipal, pero también es un indicador que evidencia la necesidad de impulsar procesos de cambio que contribuyan a complementar aquella necesaria para mejorar las condiciones de la prestación y ejecución de las actividades turísticas en el cantón Rumiñahui.

### 8. ¿Generalmente cuando usted decide hacer turismo en compañía de quien lo realiza?

**Tabla 33 Conformación del grupo de visita a los atractivos**

OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Familiares	204	60,36%
Amigos	84	24,85%
Grupo de trabajo	26	7,69%
Otros	24	7,10%
TOTAL	338	100,00%



**Figura 34 Conformación del grupo de visita a los atractivos**

### Análisis

Con la finalidad de cuantificar el potencial número de turistas que visitarían el centro, ha sido conveniente analizar la forma integral de los grupos de visita. De esto se pudo conocer que cerca del 60,36% son visitas familiares, el 24,85% son grupos formados por amigos, el 7,69% corresponde a grupos de trabajadores y el 7,10% a otras formas de agrupación.

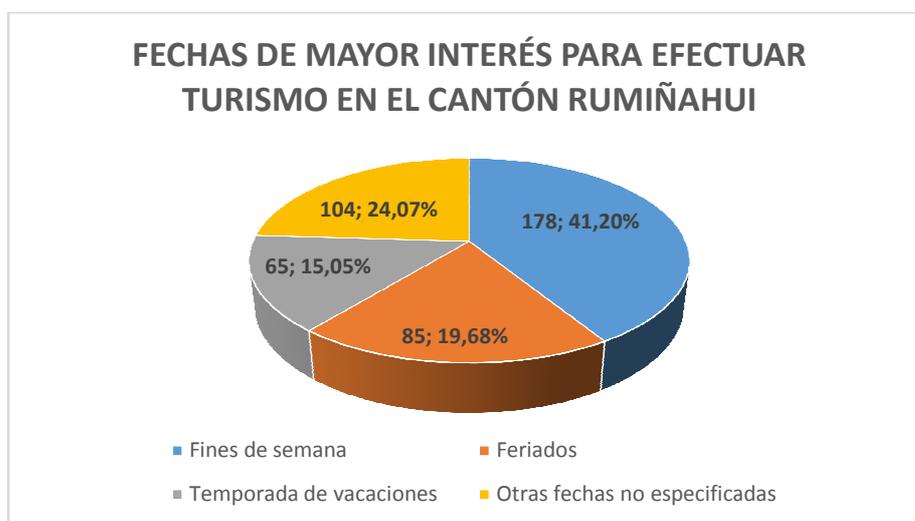
### Interpretación

Al identificar la forma de agrupación, no solo se obtiene información para estructurar el tipo de servicio a ser ofertado, sino que permite establecer el numérico, y al así hacerlo se puede conocer la condición actual del servicio en términos monetarios, ya que se podrá establecer el costo que se deberá ejecutar para cumplir con los objetivos de prestación, como los ingresos que se esperan obtener a fin de cubrir los primeros y en general, recursos que contribuyan a generar crecimiento de los servicios propuestos.

### 9. Identifique las fechas en las que estaría interesado en visitar El Vallecito, de acuerdo a la siguiente descripción.

**Tabla 34 Fecha de mayor interés para efectuar turismo en el cantón Rumiñahui**

OPCIÓN	FRECUENCIA	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	ABSOLUTA	ABSOLUTA *	RELATIVA
Fines de semana	178	139	41,20%
Feriatos	85	67	19,68%
Temporada de vacaciones	65	51	15,05%
Otras fechas no especificadas	104	81	24,07%
<b>TOTAL</b>	<b>432</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 35 Fecha de mayor interés para efectuar turismo en el cantón Rumiñahui**

### **Análisis**

Una vez culminado el proceso de tabulación de la información se pudo conocer que las fechas en las que mayor interés tienen los turistas por visitar el cantón se encuentran con el 41,20% los fines de semana, fechas no identificadas como feriados el 24,07%, feriados el 19,68% y temporadas de vacaciones el 15,05%

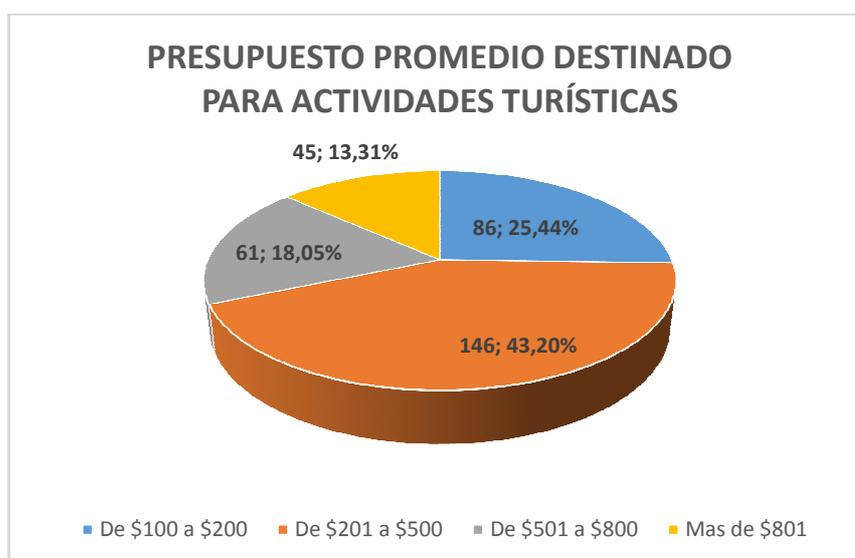
### **Interpretación**

Esta información es la materia prima tomada en cuenta para el diseño de la base de datos que permita administrar recursos como el tiempo, forma de prestación de los servicios, logística interna y externa, manejo de presupuestos y otros. Condición que hará que el centro de información e interpretación turística no solo cumpla con el objetivo de informar sino que se ajuste a los requerimientos de la nueva visión del turismo, donde los directamente beneficiados sean los turistas y el recurso natural. Desde esta perspectiva la investigación se apega estrictamente a lo que se dispone a través del Plan Nacional del Buen Vivir.

**10. ¿Cuál es el presupuesto promedio destinado para actividades de turismo de forma anual?**

**Tabla 35 Presupuesto promedio destinado para actividades turísticas**

OPCIÓN	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
De \$100 a \$200	86	25,44%
De \$201 a \$500	146	43,20%
De \$501 a \$800	61	18,05%
Mas de \$801	45	13,31%
TOTAL	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 36 Presupuesto promedio destinado para actividades turísticas**

**Análisis**

Esta interrogante fue plantada con la finalidad de conocer la forma como los turistas planifican el turismo desde la perspectiva de contar o no con dichos recursos. Se pudo conocer que cerca del 43,20% de los encuestados presupuesta un monto de aproximadamente \$201,00 a 500,00, seguido de quienes lo hacen en un rango que va de \$100,00 a 200,00, son pocos quienes tiene capacidad de ahorro por encima de los \$500,00.

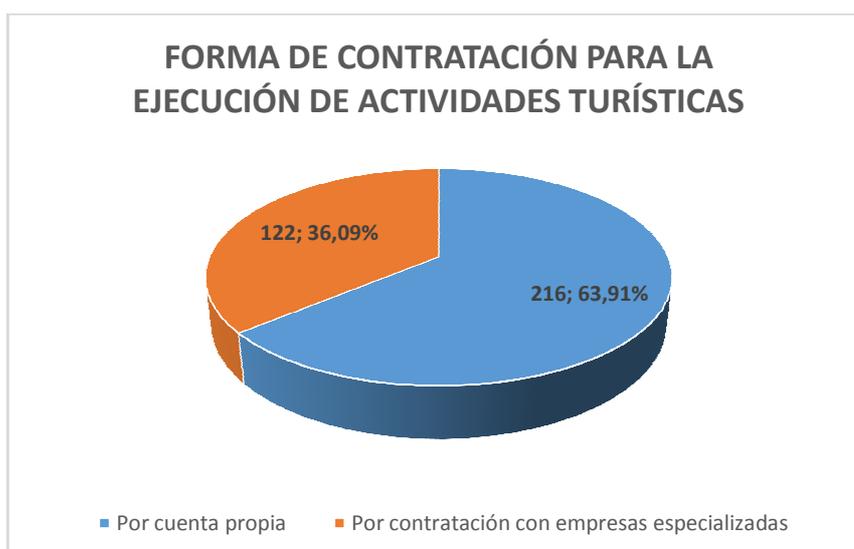
### Interpretación

Esta información es base para definir la característica del servicio y para planificar las variaciones o combinaciones de servicios que se pueden hacer por un lado; y por otro contribuye a establecer el potencial ingreso que las industrias o negocios que participan de forma directa o indirecta en la prestación de servicios turísticos pueden preverse. La evidencia de una poca capacidad de ahorro o contratación ha permitido a la investigación formular una alternativa que se ajuste a las economías de los frecuentes usuarios de los servicios turísticos.

#### 11. Las actividades turísticas generalmente usted las realiza?

**Tabla 36** Forma de contratación para la ejecución de actividades turísticas

OPCIÓN	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Por cuenta propia	216	63,91%
Por contratación con empresas especializadas	122	36,09%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 37** Forma de contratación para la ejecución de actividades turísticas

### Análisis

El resultado obtenido a través de esta interrogante permitió evidenciar que la mayor cantidad de personas quienes realizan actividades de turismo en el cantón, lo hacen por cuenta propia en alrededor del 63,91% frente al 36,09% de quienes lo hacen con la asesoría de empresas especializadas.

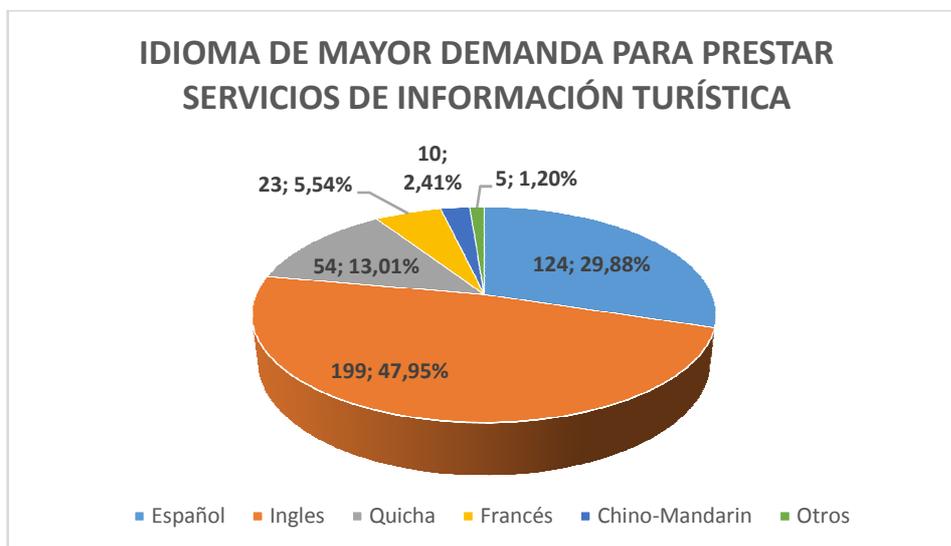
### Interpretación

Sin temor a hacer vanidad de la información, de los intereses del investigador y necesidad del sector en estudio, lo manifestado al inicio como parte del objetivo resulta estar cumpliéndose casi en el 100%, ya que en el país no existe planificación por parte de las autoridades municipales como por parte de los usuarios frecuentes de los servicios de turismo, condición que permite evidenciar la pertinencia de llevar a efecto la iniciativa de crear el Centro de Información e Interpretación turística en el Cantón Rumiñahui.

### 12. En qué idioma alternativo le gustaría que se proporcione información a través de este centro de interpretación e información turística.

**Tabla 37 Idioma de mayor demanda para prestar el servicio de información turística**

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
<b>Español</b>	124	101	29,88%
<b>Inglés</b>	199	162	47,95%
<b>Quicha</b>	54	44	13,01%
<b>Francés</b>	23	19	5,54%
<b>Chino-Mandarin</b>	10	8	2,41%
<b>Otros</b>	5	4	1,20%
<b>TOTAL</b>	<b>415</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 38 Idioma de mayor demanda para prestar el servicio de información turística**

### **Análisis**

A través de esta interrogante se busca definir las necesidades de contratación del personal en cuanto al idioma. De esto se pudo conocer que cerca del 47,95% requiere que se les brinde la posibilidad de contar con un guía o experto que maneje el idioma inglés, seguido del español con el 29,88%, el quichua 13,01%.

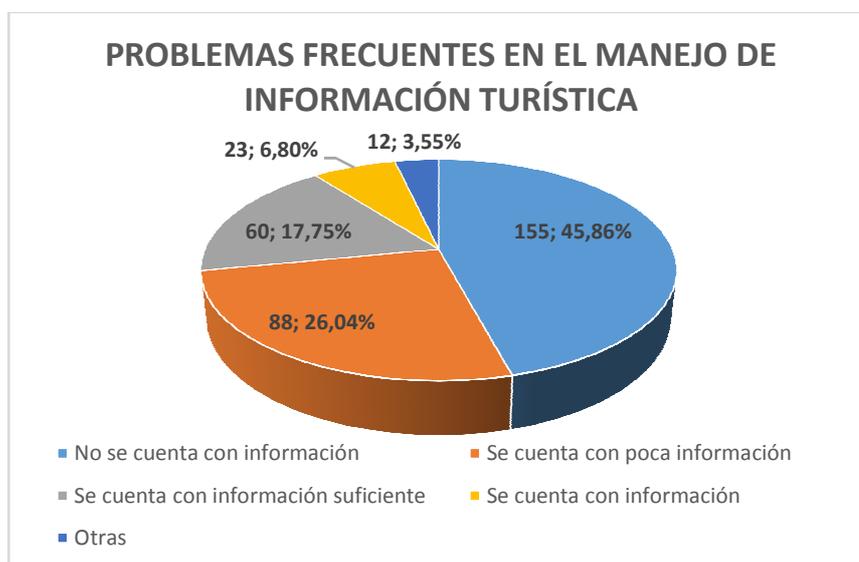
### **Interpretación**

El comportamiento de las estadísticas en esta interrogante ponen en evidencia que la mayor cantidad de personas quienes visitan con frecuencia los atractivos turísticos del cantón Rumiñahui son los mismos ecuatorianos por un lado, y de esta población, los mismos moradores del cantón. Esta realidad refleja el comportamiento histórico y el poco trabajo técnico realizado en este sentido por parte de las autoridades del gobierno seccional que han provocado que el turismo local no trascienda. En este sentido la propuesta de investigación busca diseñar estrategias que contribuyan a cambiar esta conducta operacional.

13. Si ha visitado el cantón Rumiñahui, ¿cuáles son los principales problemas que usted ha percibido desde el punto de vista del suministro de información turística?

**Tabla 38 Problemas frecuentes en el manejo de información turística**

OPCIÓN	FRECUENCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
No se cuenta con información	155	45,86%
Se cuenta con poca información	88	26,04%
Se cuenta con información suficiente	60	17,75%
Se cuenta con información	23	6,80%
Otras	12	3,55%
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 39 Problemas frecuentes en el manejo de información turística**

### Análisis

Entre los mayores o más frecuentes problemas desde la visión turística en el cantón Rumiñahui destacan; con el 45,86% el hecho de que hasta el momento no se cuenta con

información, y la poca que existe se encuentra desactualizada, así también no se han generado canales apropiados que contribuyan a suministrar la información existente.

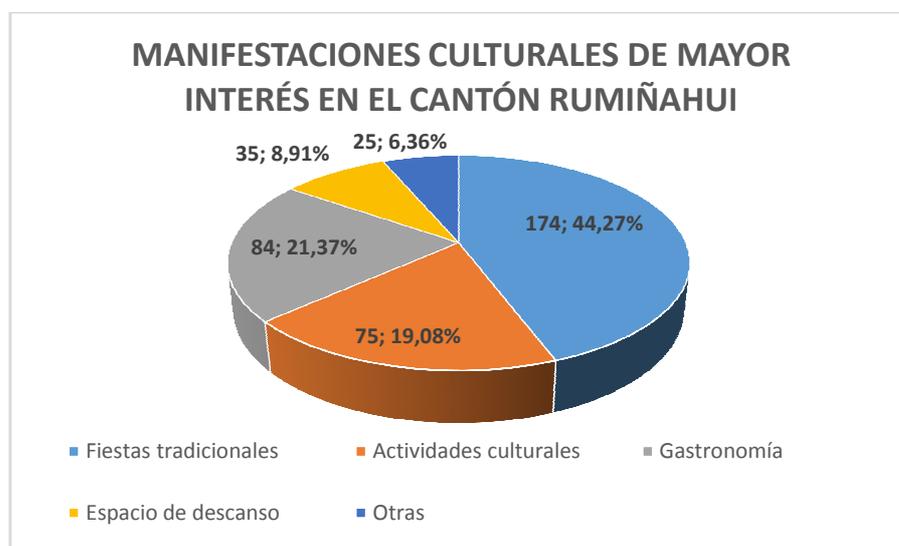
### **Interpretación**

Tradicionalmente se dice que el punto de partida de una investigación es la identificación del problema, condición que para el caso del estudio que se lleva a efecto se la considera errada, puesto que esta información por el contrario se convierte en una alternativa más para plantear estrategias de solución en función a la importancia y presencia del problema en sí. Así también ayuda en el sentido de orientar el trabajo hacia la divergencia entre el existente y los objetivos de trabajo planteados, generando mayor posibilidad de lograrlos para las diferentes unidades de tiempo en el diseño, proceso y evaluación.

#### **14. De las siguientes manifestaciones culturales, ¿cuáles son las que a usted más le despiertan interés?**

**Tabla 39 Manifestaciones culturales de mayor interés en el cantón Rumiñahui**

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA *</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
<b>Fiestas tradicionales</b>	174	150	44,27%
<b>Actividades culturales</b>	75	65	19,08%
<b>Gastronomía</b>	84	72	21,37%
<b>Espacio de descanso</b>	35	30	8,91%
<b>Otras</b>	25	22	6,36%
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 40 Manifestaciones culturales de mayor interés en el cantón Rumiñahui**

### **Análisis**

Esta interrogante se encuentra dispuesta para que la organización de las actividades a ser prestadas por parte del centro de Interpretación e Información turística se alíne a las actividades y manifestaciones culturales de la zona en estudio. De allí que se pudo conocer que cerca del 44,27% manifiesta la necesidad de contar con información acerca de las fiestas tradicionales, el 21,37% se orienta hacia la gastronomía y el 19,08% hacia las actividades culturales.

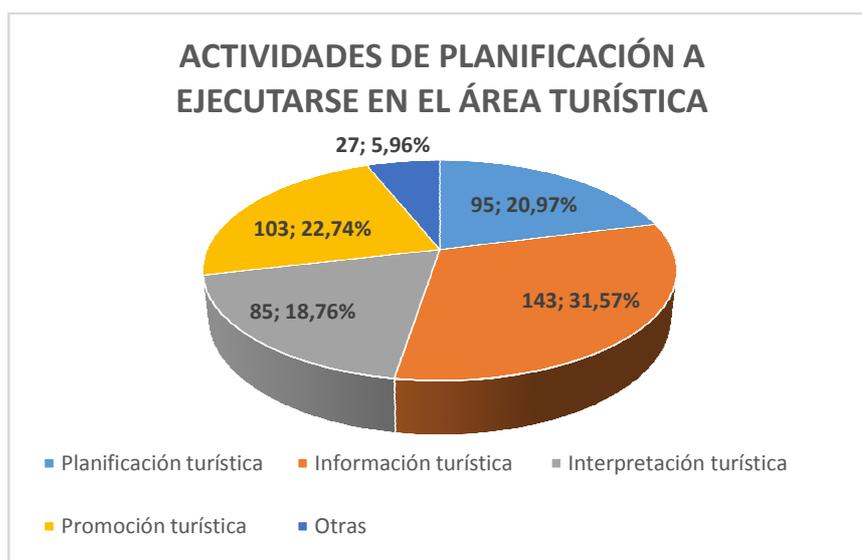
### **Interpretación**

Esta información ha permitido evidenciar que existe un fuerte interés por parte de los usuarios frecuentes de los servicios turísticos de contar con una gama amplia de servicios que parten desde la particularidad de la gastronomía hasta las condiciones generales a través de las cuales se tiene que prestar el servicio bajo la nueva perspectiva de eficiencia y eficacia. Sin duda que el objetivo de este centro es brindar soluciones de información e interpretación a todo aquel que lo requiere y en las diferentes unidades de tiempo.

**15. ¿Qué actividades adicionales considera usted que las autoridades responsables de la planificación turística en el cantón deberían implementar?**

**Tabla 40 Actividades de planificación a ejecutarse en el área turística**

OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA *	FRECUENCIA RELATIVA
Planificación turística	95	71	20,97%
Información turística	143	107	31,57%
Interpretación turística	85	63	18,76%
Promoción turística	103	77	22,74%
Otras	27	20	5,96%
TOTAL	453	338	100,00%



**Figura 41 Actividades de planificación a ejecutarse en el área turística**

**Análisis**

Esta interrogante busca conocer de forma directa cuales son las necesidades de los usuarios de los servicios frecuentes de turismo desde la óptica de la planificación, de lo que se pudo establecer que cercad del 31,57% requiere contar con información turística, el 22,74% con actividades de promoción turística, el 20,97% con planificación específica en la prestación de servicios turísticos a nivel macro y micro.

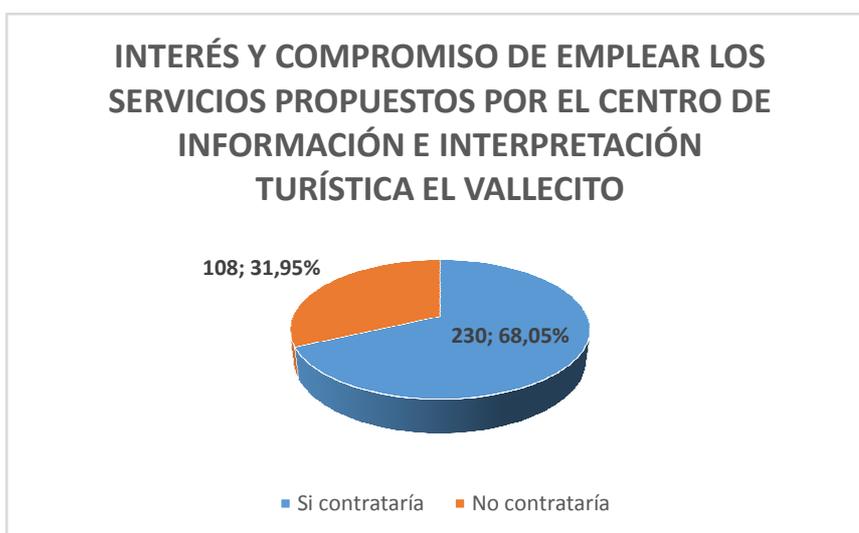
### Interpretación

Sin duda esta investigación no solo busca identificar las mejores alternativas para mejorar las condiciones del servicio turístico en el cantón a través del centro de información e interpretación turística, sino que busca de forma permanente lograr articular una planificación que se encuentre originada en las necesidades de la población por un lado; y por otro que se ajuste a los objetivos de la propuesta. Así las autoridades municipales y gubernamentales deberán ser quienes la lleven a efecto tomando en cuenta las observaciones identificadas a través del estudio.

**16. Si se creara un centro de interpretación e información turística usted ¿emplearía los servicios ofertados a través de ésta?**

**Tabla 41 Interés y compromiso de implementar los servicios propuestos**

OPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si contrataría	230	68,05%
No contrataría	108	31,95%
TOTAL	338	100,00%



**Figura 42 Interés y compromiso de implementar los servicios propuestos**

### Análisis

A través de esta interrogante se busca establecer el nivel de aceptación que tendría la propuesta entre los usuarios frecuentes de los servicios turísticos en el Cantón Rumiñahui. De esto se pudo conocer que alrededor del 68,05% de los encuestados manifiesta el interés abierto de que esta iniciativa arranque, con lo que se busca mejorar los sistemas de información local en el sector.

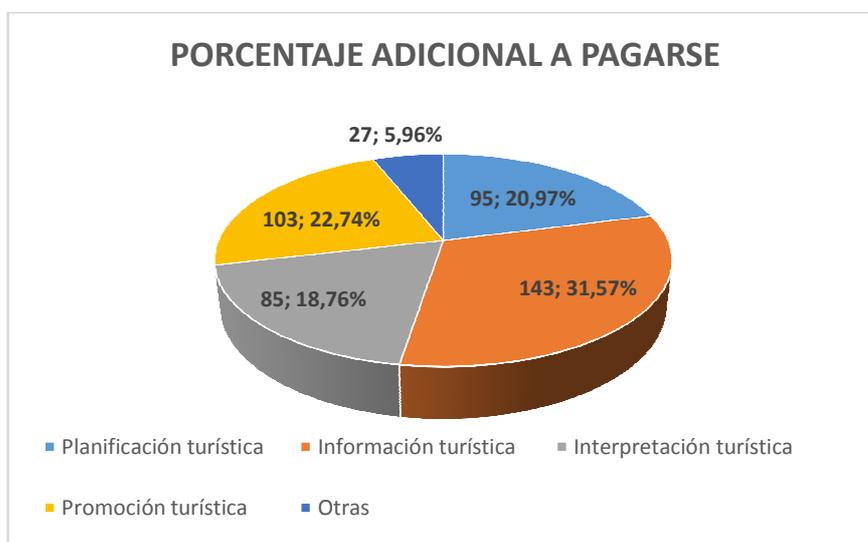
### Interpretación

Para efectos del estudio esta interrogante se convierte en la base para llevar a efecto el proceso de creación, implementación y ejecución de la iniciativa de investigación. Mucho más aún si se conoce que como factor común en el sector no se cuenta con los requerimientos mínimos que contribuyan a brindar un servicio de calidad. Unido a esto, la falta de que a nivel general se planifique, ha llevado a que en el cantón las actividades en este sentido sean realizadas exclusivamente por los propietarios asentados a lo largo de los atractivos. Así la investigación genera pertinencia técnica, financiera y económica en su ejecución.

### 17. ¿Cuál es el porcentaje adicional que estaría dispuesto a pagar por los servicios de información e interpretación turística propuesta por esta investigación?

**Tabla 42 Porcentaje adicional a pagarse por la contratación de servicios.**

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA *</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
<b>Planificación turística</b>	95	71	20,97%
<b>Información turística</b>	143	107	31,57%
<b>Interpretación turística</b>	85	63	18,76%
<b>Promoción turística</b>	103	77	22,74%
<b>Otras</b>	27	20	5,96%
<b>TOTAL</b>	<b>453</b>	<b>338</b>	<b>100,00%</b>



**Figura 43** Porcentaje adicional a pagarse por la contratación de servicios.

### **Análisis**

A través de esta interrogante se busca identificar o definir parámetros mínimos en el tema económico a ser incluidos en el precio final como parte del premio al riesgo de inversión. De esto se pudo conocer que cerca del 50,30% tiene interés que los costos se incrementen en un porcentaje no mayor al 10% del valor del costos operacional, seguido de quienes manifiestan que este debe ser del 20% con el 23,67%, y en menores cantidades para precios más altos.

### **Interpretación**

Es importante tomar en cuenta que esta interrogante no se orienta a establecer el costo que se deberá cobrar por los servicios prestados a través del centro de información e Interpretación turística en el cantón, sino que contribuye a establecer los parámetros mínimos y máximos posibles en cuanto a la necesidad y capacidad de pago de los usuarios frecuentes de los servicios turísticos. En términos más generales, a través de esta interrogante lo que se busca son puntos referenciales de participación en el mercado como parte del premio al riesgo de inversión. Es importante tomar en cuenta que este proceso debe ir de la mano con lo dispuesto en la normativa legal vigente.

## CAPÍTULO IV

### 4. LA PROPUESTA

La jurisdicción de la parroquia de Rumipamba se caracteriza por ser eminentemente rural, así lo manifiestan los líderes comunitarios y miembros de la asamblea parroquial, quienes además resaltan que Rumipamba cuenta con características productivas netamente agrícolas, siendo esta su principal actividad, además de las actividades ganaderas.

Rumipamba cuenta con extensiones de tierras dedicadas a las actividades anteriormente mencionadas, por lo cual es considerada un sitio natural, donde la actividad turística relacionada con prácticas ecológicas ha ido tomando forma, y desarrollándose conforme los atractivos que se encuentran dentro de la parroquia y en los sectores aledaños se dan a conocer.

Esta actividad se encuentra en auge para la Parroquia de Rumipamba y deberá ser desarrollada tomando en cuenta la debida gestión y organización turística que no cause un impacto negativo en su entorno y ambiente, generando además, diversificación del empleo y evite la migración de sus habitantes por motivos de fuentes de empleo, ya que no todos trabajan en las microempresas agropecuarias existentes, mucho menos empleados en las mismas.

Sin embargo la actividad turística no es constante y decrece, principalmente porque los propietarios de tierras que pueden colaborar con el desarrollo de la actividad turística, se niegan a brindar facilidades e impiden el flujo de personas que visitan los lugares turísticos, ya sea porque la organización de estas actividades no se acopla a las que se realizan en sus tierras o porque sus principales actividades, que son la ganadería y

agricultura les genera mayores ingresos que los que el turismo en la Parroquia podría proponerles.

Por el contrario los pequeños productores son los más interesados en generar valor a sus actividades principales, acogiendo la visita de turistas que inclusive se encuentran interesados por conocer, como por ejemplo las actividades derivadas de la ganadería, en las que no intervienen tecnología para genética o para el manejo del hato.

#### **4.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

El componente organizacional es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de las organizaciones. Es una disciplina científica a cuya base de conocimientos se agrega constantemente una cantidad importante de investigaciones y desarrollos conceptuales.

En otros términos es un campo de estudio porque es una especialidad delimitada y con un conjunto común de conocimientos que estudia tres determinantes del comportamiento de las organizaciones: individuos, grupos y estructura. Aplica el conocimiento obtenido acerca de los individuos, los grupos y el efecto de la estructura en la conducta, con la finalidad de un mejor funcionamiento en las organizaciones.

A continuación se presenta la propuesta organizacional desarrollada para el Centro de Información e Interpretación Turística en el sector de El Vallecito perteneciente a la parroquia de Rumipamba, en la misma se presentan las estructuras legales y funcionales que deberá adherir a sus funciones.

En este sentido se describe la forma como se deberá dar paso al proceso de constitución de la misma, así como de los perfiles de los puestos requeridos en su

estructura de organización, costos proyectados en lo referente a sueldos, salarios y carga social de la propuesta.

#### 4.1.1. Estructura Organizacional del Centro

Para efecto del estudio se la define como la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización; es un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo, de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico y plan de empresa.



**Figura 44 Organigrama estructural del Centro de Información e Interpretación El Vallecito.**  
Fuente: [www.minedu.gob.bo/documentacion/2012](http://www.minedu.gob.bo/documentacion/2012)

El diagrama de organización refleja, entre otros aspectos, el patrón básico de trabajo del Centro de Información e Interpretación Turística, ya que presenta las diferentes funciones de la misma; los componentes o unidades de trabajo y el arreglo de relaciones entre éstas; las líneas de autoridad; y los canales de supervisión. En el diseño de esta

gráfica se ha dado importancia a aspectos como: La ubicación que se le da a cada unidad mayor de la organización a representarse en el diagrama, las figuras geométricas, las líneas que enlazan las figuras geométricas, los nombres de las unidades de trabajo.

#### 4.1.2. Estructura Funcional del Centro

En una estructura funcional, la división del trabajo en una organización se agrupa por las principales actividades o funciones que deben realizarse dentro de la organización de operaciones turísticas, prestación de servicios, asignación de recursos humanos entre otras. Cada grupo funcional dentro de la organización está integrado verticalmente desde la parte inferior hasta la parte superior de la organización. En el caso del estudio se lo define de acuerdo a la siguiente estructura.



Figura 45 Organigrama funcional del Centro de Información e Interpretación El Vallecito.

Fuente: [www.minedu.gob.bo/documentacion/2012](http://www.minedu.gob.bo/documentacion/2012)

La estructura organizacional descrita evidencia tres niveles; el primero de ellos es el directivo en el que se encuentra la dirección y área administrativa; la segunda que es el

operativo representado por las direcciones, operativa, de atención al cliente y de información e interpretación turística, finalmente la tercera es el de apoyo o aquel personal que ejecuta las actividades técnicas.

#### **4.1.3. Estudio Administrativo**

El estudio administrativo proporciona, en un proyecto las herramientas que guía para los que deban administrar dicho proyecto; muestra los elementos administrativos como la planeación de estrategia que defina rumbo y acciones a seguir para alcanzar las metas empresariales.

Los elementos considerados en el estudio administrativo se los ha definido como:

*Planeación estratégica.* Debe identificar hacia dónde va la empresa, su crecimiento, según las tendencias del mercado, economía y sociedad.

Debe tener una misión que identifique propósitos organizacionales con la exigencia social y que sirva de fundamento para tomar decisiones. La visión de la empresa debe identificar las metas, con lo que le dará certidumbre al negocio y por tanto sus líderes podrán establecer nuevos retos. El empresario debe establecer objetivos, guías cualitativas que lo lleven a lograr los resultados.

Las políticas definirán el área de trabajo para la toma de decisiones, aunque no dan la decisión en sí, sino lineamientos. La política la establece el dueño de la empresa y pueden ser originadas, internas, externas y jerárquicas.(Rojas, 2010, pág. 35)

Las estrategias, según(Rodríguez Mora, 2010), reflejan el programa general de acción, definición de la meta, los esfuerzos y recursos encaminados hacia el logro de unos objetivos generales y ejecutar así la misión de la organización.

Los valores, según(Rodríguez Mora, 2010, pág. 57), van a representar las convicciones filosóficas de los gestores administradores que llevan a la empresa hacia los objetivos para el éxito.

El análisis es una herramienta para ver pasos y acciones en un futuro. Se logra mediante el estudio del trabajo desempeñado en el presente, interior de la empresa, marcando posibles evoluciones para el éxito y permite que la gerencia reflexione y tenga mejor conocimiento de la organización.

*Organigramas.* Son recuadros que representan los puestos de la organización y sus niveles jerárquicos, líneas, autoridad y responsabilidad. Deben tener claridad y procurar no anotar nombre de quienes ocupan los puestos, no deben ser extensos ni complicados.

*Planificación de los recursos humanos.* Una vez realizado el organigrama se deben definir los puestos, lo que dará claridad a la administración del proyecto, son las personas quienes ejecutarán el trabajo para lograr lo que la empresa tenga marcado como objetivos empresariales.

*Marco legal y fiscal.* Atiende a la personalidad jurídica de la empresa según lo cual articulará su legislación y fiscalidad, en base al Código Mercantil y la Ley General de Sociedades Mercantiles, además de la legislación tributaria competente.

*Aspecto laboral.* Atiende al contrato de trabajo y al reglamento de régimen interior.

*Aspecto ecológico.* Considera el compromiso ecológico que las empresas deben adquirir en su actividad.

#### 4.1.3.1. Imagen Corporativa

Se refiere a cómo se percibe una empresa. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una empresa "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Para el caso del Centro de Información e Interpretación Turística se la definirá mediante la construcción de una misión, visión, principios, valores, slogan, logo y marca.

- **Misión**

La misión define principalmente, cual es la labor o actividad de la empresa en el mercado. Para definir la misión del CEINVA, se ayudará respondiendo algunas de las siguientes preguntas: ¿qué hacemos?, ¿cuál es nuestro negocio?, ¿a qué nos dedicamos?, ¿cuál es nuestra razón de ser?, ¿quiénes son nuestro público objetivo?, ¿cuál es el ámbito geográfico de acción?, ¿cuál es nuestra ventaja competitiva?, ¿qué nos diferencia de nuestros competidores?

*El Centro de Información e Interpretación Turística El Vallecito es una Centro local especializado en brindar información en el ámbito turístico a los visitantes de Rumipamba sobre la base de una filosofía de ética, responsabilidad social y ambiental, que potencializa las habilidades del ser humano*

- **Visión**

Define las metas que se pretenden conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador. Para la definición de la visión de nuestra empresa, nos ayudará responder a las siguientes preguntas: ¿qué quiero lograr?, ¿dónde quiero estar en el futuro?, ¿para quién lo haré?, ¿ampliaré mi zona de actuación?

*Ser para el año 2017 el Centro de Información e Interpretación Turística más reconocida por la prestación de servicios de calidad en la información turística, fundamentado sobre una base de responsabilidad, compromiso adquirido con el medio ambiente y la colectividad*

- **Principios**

Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. En otros términos es el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. El CEINVA se fundamenta en los siguientes principios.

- Mantener una estructura básica según objetivos de información técnica, profesional y humanística.
- Investigar, analizar y discutir los problemas de la actividad turística a nivel nacional, regional e internacional, manteniendo base científica, en la información.
- Organizar técnicamente el desarrollo de las actividades propias de su funcionamiento en el centro.
- Planificar los circuitos a ser visitados de conformidad a lo que establece la Ley de Turismo en cuanto se refiere a distancias y circuitos.
- Promover la práctica de valores entre el personal del Centro de Información e Interpretación Turística.

- **Valores**

Los valores, son principios éticos sobre los que se asienta la cultura del CEINVA y permite crear sus pautas de comportamiento. Para el caso del centro se lo realiza de acuerdo a la siguiente descripción.

- Disciplina, cumplimiento responsable de los compromisos adquiridos en el ejercicio de las funciones.
- Honestidad, en el ejercicio de las funciones propias de la actividad turística.

- Honradez, durante toda la fase de prestación del servicio y como norma de vida institucional.
- Puntualidad, en la entrega de los compromisos adquiridos con terceros y con los trabajadores del Centro.
- Responsabilidad, en todas las actividades para fidelizar a los clientes.
- Alcanzar la excelencia, en la prestación de los servicios turísticos en el cantón Rumiñahui.
- Compromiso, con turistas, proveedores, estado y ambiente para preservar los recursos.
- Lealtad, con los actores de la actividad turística
- Confianza, generada por el pleno cumplimiento de las actividades propias del centro.
- Trabajo en equipo, a fin de alcanzar mejores resultados que los logrados con el trabajo individual.

- **Slogan**

Es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle al (posible) cliente el valor que tiene el producto, el beneficio que le ofrece. En unos casos es puramente descriptiva mientras que en otros trata de despertar una sensación.



- **Logotipo**

Es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc., fundidas en un solo bloque para facilitar una composición tipográfica, no es más que la firma de la compañía que se puede aplicar a todas clases de material impreso o visual.



Figura 46 LOGOTIPO

- **Marca**

Es un nombre, término o símbolo, diseño o combinación de ellos, que identifica los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y los diferencia formalmente de los competidores, protegiendo legalmente la identificación de la organización.

#### 4.1.4. Análisis Legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto o propuesta de cambio a la luz de los Planes de Desarrollo, Planes de Ordenamiento Territorial, normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes,

legislación tributaria, aspectos laborales y contratación. Para el caso de estudio se lo hace de acuerdo al siguiente detalle.

#### 4.1.4.1. Constitución Legal del Centro de Información e Interpretación Turística El Vallecito

El proceso de constitución del Centro de información e Interpretación Turística El Vallecito se encuentra descrito de acuerdo al siguiente esquema gráfico.



Figura 47 Proceso Constitución

- Darle un nombre al centro de información e interpretación turística.

El primer paso es validar el nombre verificando que este aún no se encuentre registrado en la Superintendencia de Compañía. En caso de que no esté registrado por otra persona se tiene un plazo de 30 días de reserva, si es necesario se puede ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después se debe acercar a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares cual fuera que sea el tipo de negocio.

- Escritura de la Constitución de la Compañía.

Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

- Registro mercantil.

Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Superintendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal del CEINVA. Al momento de estar inscrita en esta dependencia el centro habrá nacido legalmente.

- Superintendencia de compañías.

Cuando la constitución del CEINVA haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Superintendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.

#### **4.1.4.1.1. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

En el Art. 42 se hace referencia a que, le Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley, mencionándose además en el siguiente artículo que, no se excluye a los extranjeros de la disposición.

Otro de los temas a tomarse en cuenta en esta ley es lo descrito a través del Art. 44 el que manifiesta que “el empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio”(Turismo, 2012, pág. 6).

En el Art. 46 además se menciona que los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional,

Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

El centro alineará su trabajo a través del Centro de Protección al turista, mismo que buscará la solución directa de los conflictos, procurando la aplicación de mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo y resumido en el Art.51 de esta ley.

#### **4.1.4.1.2. NORMALIZACIÓN DE LAS ÁREAS NATURALES**

A continuación se describe la normativa legal mediante la cual se regula la actividad turística en zonas protegidas.

En el capítulo VI de la Ley de Turismo se hace referencia a las áreas turísticas protegidas en el Ecuador. Así el “Art. 20 manifiesta que, será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley”.(Turismo, 2012, pág. 5).

Se toma en cuenta esta resolución en vista que el pleno cumplimiento de las actividades turísticas a través del centro de información e interpretación El Vallecito se corresponderá con las disposiciones descritas en la ley, garantizando de esta forma calidad del servicio y responsabilidad social.

Otro de los aspectos considerado de la ley es el Art. 24 a través del cual se expresa que “La operación turística en las áreas naturales del Estado, Estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional”(Turismo, 2012, pág. 5).

## 4.2. ESTUDIO TÉCNICO

La importancia del estudio técnico en el desarrollo del proyecto se fundamenta en la oportunidad de mención de los aspectos técnicos operativos para la prestación eficiente de un servicio, detallando la apreciación de los recursos que serán necesarios para la conformación del centro de información e interpretación. La información que en este punto se detalle será de utilidad para realizar el estudio económico – financiero.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Enunciar las características del diseño técnico del centro de interpretación e información turística.
- Determinar el diseño de la ficha de Evaluación del potencial interpretativo.
- Diseñar el formato de estudio cronológico de los atractivos de la zona
- Planificación y diseño técnico del centro de interpretación e información
- Describir el centro de interpretación e información en sus funciones y estructura
- Diseñar el programa de suministro de información interpretativa e informativa

En el estudio técnico se analizan también los procesos que se desea implementar, para lo cual se tiene que hacer la descripción detallada del servicio con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar. De aquí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar el servicio y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda.

#### **4.2.1. Diseño técnico del Centro de Interpretación e Información Turística**

Dado que el Estudio Técnico se basa en el análisis de combinación de insumos y recursos para producir un producto o servicio, el diseño técnico del Centro de Interpretación se basa en la determinación de la combinación de los recursos (tangibles e intangibles) con los que se cuenta para definir el servicio y el modelo de operación del servicio que se prestará.

A continuación se detallan los procesos, la información manejada por el centro de interpretación e información turística, además de la caracterización y distribución de la estructura física del espacio en el que se desarrollarán las actividades, así como la distribución del entorno con el que se cuenta para combinar actividades complementarias a la principal.

- **Evaluación del potencial interpretativo**

La Asociación para la Interpretación del Patrimonio es “El Arte de revelar in situ el significado del legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo libre”(Morales, 2001). Por tanto una evaluación del potencial interpretativo se la realiza con la finalidad de determinar la caracterización y el estado de los recursos de la zona a través de parámetros que correspondan con el área de estudio. Dicha evaluación toma en cuenta una calificación otorgado de acuerdo a lo que se ha podido observar y conocer, mediante contacto directo o por medios ilustrativos.

A continuación la matriz que se presenta da a conocer el formato a utilizar durante la actividad del Centro de Interpretación e Información, además de los valores que se han designado de acuerdo al grado de información con la que se cuenta y a través de la observación directa sobre los mismos.

**Tabla 43 Índice de potencial interpretativo de los atractivos naturales de la parroquia de Rumipamba**

PARAMETROS	CASCADA DE VILATUÑA	CASCADA CÓNDROR MACHAY	RINCON DEL CÓNDROR	QHAPAC ÑAN	CAMINO LOS LIBERTADORES	MIRADOR LA LIBERTAD	MIRADOR LA MOCA
SINGULARIDAD	5	5	5	5	5	5	5
ATRACTIVO	5	5	5	5	5	4	5
RESISTENCIA AL IMPACTO	3	3	3	3	3	4	3
ACCESIBILIDAD	4	4	4	4	4	4	4
ESTACIONALIDAD	5	5	5	5	5	5	5
AFLUENCIA ACTUAL	3	3	3	4	2	2	2
INFORMACIÓN DISPONIBLE	4	4	4	4	4	2	2
FACILIDAD DE EXPLICACIÓN	5	5	5	5	5	5	5
PERTINENCIA INTERPRETATIVA	5	5	5	5	5	3	3
SEGURIDAD	4	4	4	3	3	3	3
ADECUACIÓN	3	3	3	4	4	3	3
TOTAL	46	46	46	47	45	40	40
PORCENTAJE	83,64	83,64	83,64	85,45	81,82	72,73	72,73

**Fuente:** Badaracco y Scull. Criterios de evaluación Interpretativa

### Análisis

La puntuación asignada a cada atractivo con el que cuenta la zona correspondiente a Rumipamba, en relación a los parámetros determinados en la matriz, es de uno a cinco; misma puntuación que en el total determina el potencial con el que cada uno cuenta y de esta manera plantear la estructura informativa del centro.

El índice de potencial interpretativo (porcentaje) también determina la medida en la que se puede trabajar con los atractivos, debido a que su estado y potencialidad no es el mismo entre unos y otros.

En este caso el atractivo que tiene mayor índice de potencial interpretativo con 85,45% caracterizado por su singularidad, atractivo, estacionalidad y pertinencia interpretativa con un mayor puntaje es el Qhapac Ñan. Por el contrario el atractivo con

el menor índice de potencialidad es el Mirador de El Vallecito, lo cual indica que es necesario impulsar el conocimiento de este atractivo, mediante la inclusión de su visita en uno de los paquetes turísticos que plantee el Centro de Interpretación e Información Turística.

#### **4.2.2. Planificación y diseño técnico del centro de interpretación e información**

La planificación permite llevar a cabo actividades de forma sistematizada, optimizando tiempos y costos de las operaciones, en este caso de la entrega del servicio mediante el detalle de procesos, información a suministrar y la definición del servicio que es lo principal.

##### **4.2.2.1. Localización del Proyecto**

###### **Macro-localización**

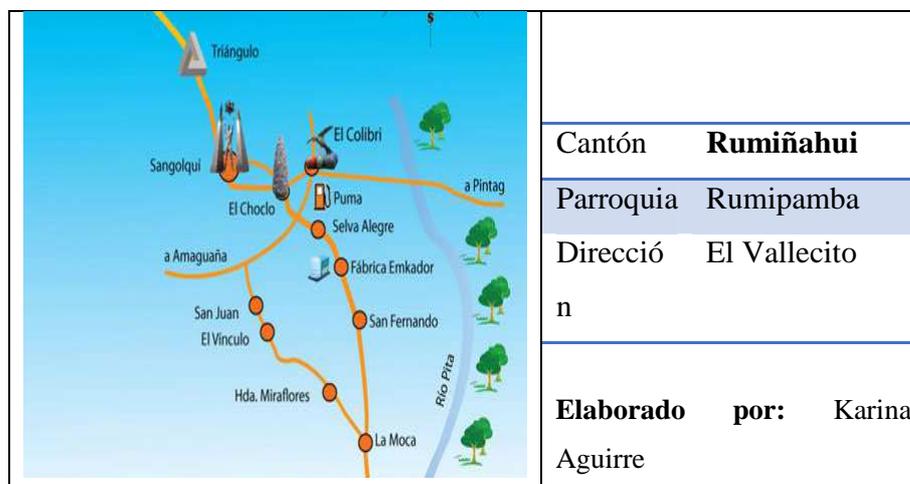
El estudio identifica y menciona los sitios de referencia con los que se puede contar para poder delimitar el espacio del mismo; el primero punto se refiere a la macro localización en la cual se determina una región o zona que en este caso es la siguiente:



**Figura 48 Macrolocalización**

### **Microlocalización**

La micro localización es el punto referencial a nivel micro, donde se observa el sitio de ubicación mencionando los aspectos que permitirán que el sitio sea adecuado, preciso y óptimo, considerando el estado en el que se encuentra factores que complementen a la idea del proyecto y que faciliten la prestación del servicio.



**Figura 49 Microlocalización**

#### 4.2.2.2. Tamaño del proyecto

##### Tamaño del proyecto y la demanda

El tamaño del proyecto con respecto al número de visitantes proyectados tiene la finalidad de indicar la cobertura del proyecto de acuerdo a su capacidad como lo indica en la siguiente tabla.

**Tabla 44 Tamaño del Proyecto y la Demanda**

DEMANDA POTENCIAL DE TURISMO EN EL SECTOR EL VALLECITO					
AÑOS	OFERTA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA INSATISFECHA	DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL	DEMANDA TURÍSTICA DE COBERTURA
<b>2014</b>	1.512	1.920	-408	-306	-275
<b>2015</b>	1.565	1.987	-422	-317	-285
<b>2016</b>	1.618	2.055	-437	-328	-295
<b>2017</b>	1.671	2.122	-451	-338	-305
<b>2018</b>	1.724	2.190	-466	-349	-314
<b>2019</b>	1.778	2.258	-480	-360	-324

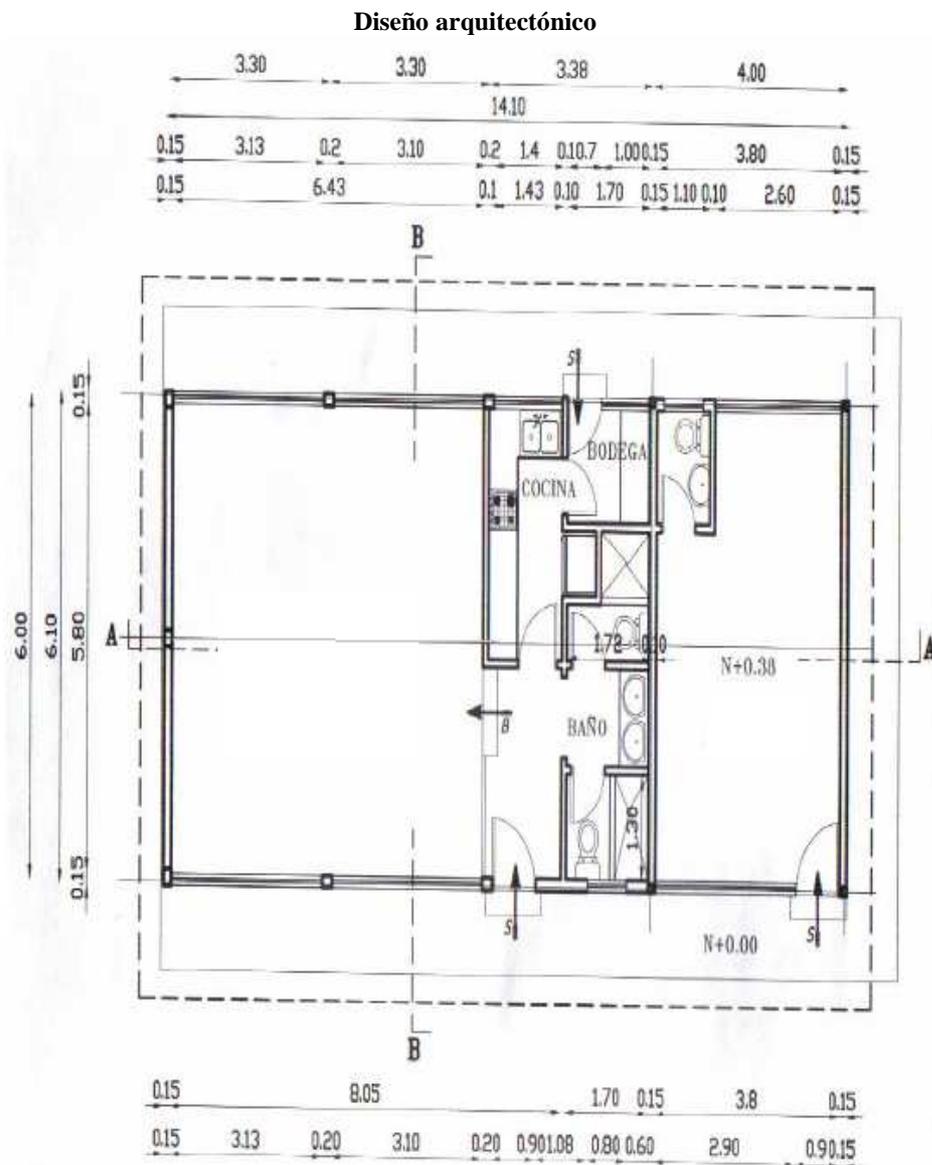
El tamaño del proyecto de acuerdo a la demanda turística de cobertura se encuentra proyectado en base al cálculo de la demanda insatisfecha y la posible demanda turística. Para lo cual se ha obtenido que el número de visitantes para el año 2014 es de 275.

### **Tamaño de la planta**

El tamaño de la planta indica la superficie del espacio físico con el que contará el Centro de Interpretación e Información Turística, mismo que cuenta con 100m<sup>2</sup> distribuido en 5 secciones de exposición de acuerdo a los atractivos mencionados en la matriz del potencial interpretativo, y que son con los que el área de Rumipamba cercanos a El Vallecito puede trabajar. Se incluye el área para servicios higiénicos, área de descanso del guía, recepción y oficina

**Tabla 45 Tamaño de la Planta**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>m2</b>
<b>Área de Exposición</b>	60
<b>oficina</b>	10
<b>Área de descanso del guía</b>	10
<b>Recepción</b>	10
<b>Servicios Higiénicos</b>	10
<b>TOTAL ÁREA DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>100</b>



**Figura 50 Plano Arquitectónico**

Fuente: Dirección de Planificación del Cantón Rumiñahui

#### 4.2.2.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto tiene como objetivo dar a conocer y plantear su organización técnica, procedimental, y organización estructural, misma que se detalla a continuación.

## Requerimiento de Instalación y construcción

**Tabla 46 Requerimiento de Construcción**

DETALLE	UNIDAD
Construcción Centro de Inf. E Int.	1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>

**Tabla 47 Requerimiento de Instalación**

DETALLE	UNIDAD
Panel Interpretativo	10
Dioromas	3
Paneles Interactivos	3
Pedestales Interpretativos	3
Maquetas	3
Infocus	1
Sillas	10
Podium	1
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>

**Tabla 48 Equipos de oficina**

DETALLE	UNIDAD
Teléfono	1
Calculadora	1
Computadora portátil	1
Impresora	1
Archivador	1
Escritorio	1
Silla giratoria	1
Suministros de oficina	1
Fotografías para decoración	1
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

El requerimiento de construcción corresponde al levantamiento de infraestructura del Centro, el requerimiento de instalación corresponde a los artefactos, equipos y muebles que se requieren para la adecuación interior, con un total de 34 objetos que

formarán parte de los activos fijos del proyecto, y los equipos de oficina que son los objetos y artículos con los que el Administrador del Centro de Interpretación e Información Turística desempeñará sus funciones.

### **4.2.3. Descripción del Centro de Información e Interpretación Turística**

En este punto El Centro de Información e Interpretación plantea el desarrollo de las actividades en cuanto su infraestructura se encuentre lista, lo cual implica determinar función informativa e interpretativa, detallando la información que deberá manejar con la finalidad de brindar un servicio de calidad y acorde al sitio en el que se ubica.

#### **4.2.3.1. Función informativa**

Sus principales funciones se encuentran en correspondencia con la información básica que el Centro puede brindar a sus visitantes, en cuanto a:

- Horarios de atención
- Servicios con los que cuenta
- Actividades que se pueden realizar
- Costos de los recorridos
- Atractivos que abarca la zona de Rumipamba
- Recursos naturales
- Información de la planta turística del sector
- Facilitar material informativo
- Elaborar estadísticas

Tabla 49 Función Informativa

FICHA INFORMATIVA DEL CENTRO DE INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN "EL VALLECITO"		
<b>HORAIOS DE ATENCIÓN</b>	Lunes a Domingo de 7:00am a 17:00pm	
<b>SERVICIOS</b>	<p>Guianza</p> <p>Inducción al visitante - turista</p> <p>Asesoramiento para actividades recreativas</p> <p>Interpretación del entorno</p> <p>Asesoramiento fotográfico</p> <p>Capacitaciones</p> <p>Paquetes turísticos</p> <p>Interpretación ambiental</p> <p>Gastronomía</p> <p>Información estadística</p> <p>Fusión de corredores para planificación de rutas</p>	
<b>ACTIVIDADES</b>	<p>Senderismo</p> <p>Camping</p> <p>Cabalgata</p> <p>Observación de avifauna</p> <p>Biking</p> <p>Rapeling</p> <p>Asenso en paredes naturales (escalada en roca)</p> <p>Canopy</p>	
<b>ATRACTIVOS</b>	<p>Sitios Naturales</p> <p style="padding-left: 100px;">Cascadas</p> <p style="padding-left: 100px;">Observación de flora y fauna</p> <p style="padding-left: 100px;">Caminos pintorescos</p> <p>Manifestaciones Culturales e Históricas</p> <p style="padding-left: 100px;">Lugares Históricos</p>	<p>Cascada de Vilatuña</p> <p>Cascada Cóndor Machay</p> <p>Rincón del Cóndor</p> <p>Mirador La Libertad</p> <p>Mirador La Moca</p> <p>Qhapac Ñan</p> <p>Camino de los Libertadores</p> <p>Hacienda Santa Rita</p> <p>Casa Hacienda San Antonio</p>
<b>RECURSOS NATURALES</b>	<p>Fauna</p> <p>Avifauna</p> <p>Cascadas</p> <p>Ríos</p> <p>Vegetación</p>	
<b>RECURSOS CULTURALES</b>	Gastronomía	
<b>PLANTA TURÍSTICA</b>	<p>Alojamiento</p> <p style="padding-left: 20px;">Casa Hacienda San Antonio</p> <p style="padding-left: 20px;">Hoteles de sectores aledaños (Sangolquí)</p> <p>Restauración</p> <p style="padding-left: 20px;">Comida preparada por los pobladores del sector</p> <p style="padding-left: 20px;">Mercado de Sangolquí</p> <p style="padding-left: 20px;">Paraderos aledaños al sector</p>	

#### 4.2.3.2. Función interpretativa

La función interpretativa está orientada principalmente a la socialización del significado del patrimonio natural con la finalidad de que exista respeto hacia las especies existentes en el área. El mensaje que se busca transmitir con la Interpretación del Patrimonio debe ser expresado al inicio del proceso de entrega del servicio.

**Tabla 50 Función Interpretativa**

FUNCIÓN	ACCIÓN
BIENVENIDA	Elegir adecuadamente la música interior en el Centro Esperar al visitante o turista en la entrada del Centro Permitir que el visitante exprese el requerimiento Invitarle a que conozca el lugar Indicarle los rótulos de información Dar a conocer la actividad principal recreativa del lugar Dar a conocer el costo de ingreso al Centro
ORIENTACIÓN	Ofrecer el servicio de guía en el Centro Permitir que el visitante o turista recorra el sitio Entregar el material pertinente a la interpretación de recursos Brindar una explicación acerca de la ubicación del visitante o turista y las distancias en tiempos hacia cada sitio que señale el panel
INTERPRETACIÓN	Comenzar el recorrido por las áreas del Centro, distribuidas adecuadamente para entregar información de lo general a lo particular que son los atractivos de la zona Entregar amenities de publicidad Percibir inquietudes de los visitantes para entregar información pertinente
SENSIBILIZACIÓN	Dar a conocer la importancia de la conservación de los sitios naturales y generación de impactos ambientales Los beneficios de visitar el lugar Comportamiento adecuado de los visitantes

### 4.2.3.3. DISEÑO DE LA SALA DE INTERPRETACIÓN

#### Sección 1: Qhapac Ñan

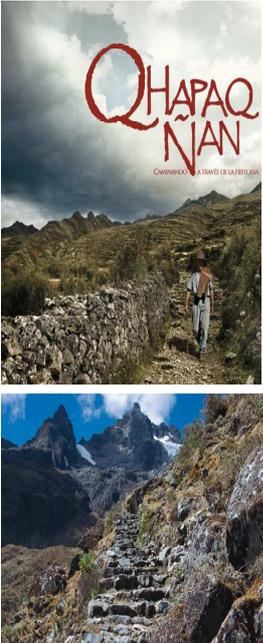
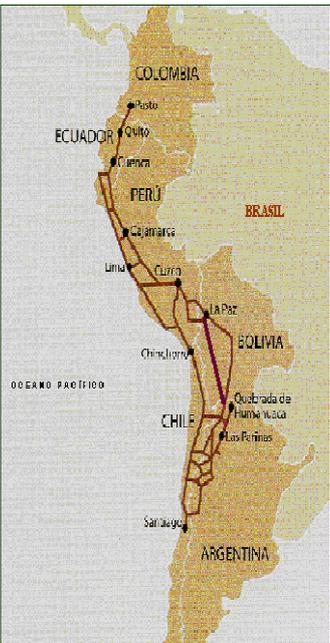
FICHA DE PRESENTACIÓN DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>TIPO DE MEDIO:</b>	Panel interpretativo de pared <b>MEDIO N°:</b> 1
<b>TEMA DEL MEDIO INFORMATIVO:</b>	El Qhapac Ñan
<b>FUNCIÓN:</b>	Dar a conocer su desempeño en el Imperio Inca, su papel en La Cosquista Española y en el Período de Independencia <b>UBICACIÓN</b> Entrada a el área de museología
<b>FOTOGRAFÍAS DEL QHAPAC ÑAN</b>	 
<b>DIMENSIONES</b>	altura del piso 1m dimensión horizontal del panel 1,50m dimensión vertical del panel 1m
<b>LEYENDA</b>	<b>DEL IMPERIO INCA A LA CONQUISTA ESPAÑOLA Y LA GLORIOSA GESTA LIERTARIA</b>
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL</b>	Panel en caja acrílica para ser ubicada en la pared de 1,50 por 1m con iluminación y fotografías full color impresas en papel fotográfico
<b>MANTENIMIENTO</b>	cada 2 meses

Figura 51 Ficha de Presentación Qhapac Ñan.

## Sección 2: Cascadas y el Río Pita

FICHA DE PRESENTACIÓN DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>TIPO DE MEDIO:</b>	Panel interpretativo de pared <b>MEDIO N°:</b> 2
<b>TEMA DEL MEDIO INFORMATIVO:</b>	Cascadas y el Río Pita
<b>FUNCIÓN:</b>	Dar a conocer la importancia de los ríos, su cuidado y los proyectos que se plantean para la recuperación <b>UBICACIÓN</b> Sección 2 de la sala de exposición
<b>FOTOGRAFÍAS DE LAS CASCADAS EN RUMIPAMBA</b>	 
<b>DIMENSIONES</b>	altura del piso 1m dimensión horizontal del panel 1,50m dimensión vertical del panel 1m
<b>LEYENDA</b>	<b>EL RÍO PITA Y SU NACIMIENTO EN EL VOLCÁN SINCHOLAGUA</b>
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL</b>	Panel en caja acrílica para ser ubicada en la pared de 1,50 por 1m con iluminación y fotografías full color impresas en papel fotográfico
<b>MANTENIMIENTO</b>	cada 2 meses

Figura 52 Cascadas y el Río Pita

### Sección 3: Rincón del Cóndor

FICHA DE PRESENTACIÓN DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>TIPO DE MEDIO:</b>	Panel interpretativo de pared <b>MEDIO N°:</b> 3
<b>TEMA DEL MEDIO INFORMATIVO:</b>	Rincón del Cóndor
<b>FUNCIÓN:</b>	Dar a conocer las características <b>UBICACIÓN</b> Sección 3 de la sala de exposición de la especie, la importancia y los cuidados de preservación de la especie en el Ecuador
<b>FOTOGRAFÍAS DEL CÓNDOR EN LA SIERRA INTERANDINA</b>	
<b>DIMENSIONES</b>	altura del piso 1m dimensión horizontal del panel 1,50m dimensión vertical del panel 1m
<b>LEYENDA</b>	<b>EL CÓNDOR, AVE MAJESTUOSA DE LOS ANDES</b>
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL</b>	Panel en caja acrílica para ser ubicada en la pared de 1,50 por 1m con iluminación y fotografías full color impresas en papel fotográfico
<b>MANTENIMIENTO</b>	cada 2 meses

Figura 53 Rincón del Cóndor

## Sección 4: Camino de Los Libertadores

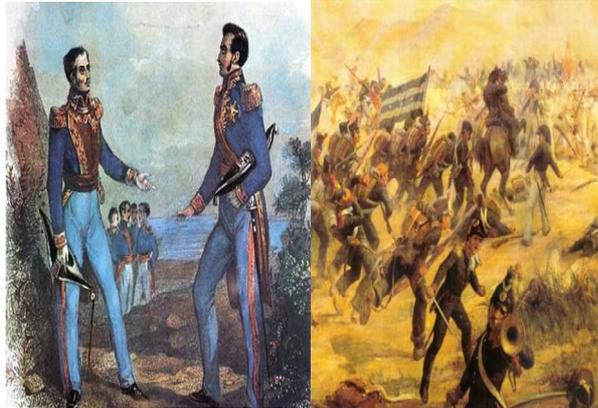
FICHA DE PRESENTACIÓN DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>TIPO DE MEDIO:</b>	Panel interpretativo de pared <b>MEDIO N°:</b> 4
<b>TEMA DEL MEDIO INFORMATIVO:</b>	Camino de los Libertadores
<b>FUNCIÓN:</b>	Historia de la Gesta Libertaria y el papel del Valle de Los Chilllos el mas importante acontecimiento previo a la época Republicana <b>UBICACIÓN</b> Sección 4 de la sala de exposición
<b>FOTOGRAFÍAS DEL CAMINO DE LOS LIBERTADORES Y LA GESTA LIBERTARIA</b>	 
<b>DIMENSIONES</b>	altura del piso 1m dimensión horizontal del panel 1,50m dimensión vertical del panel 1m
<b>LEYENDA</b>	EL INICIO DE UNA REVOLUCIÓN Y LOS CAMINOS UTILIZADOS POR LOS LIBERTADORES
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL</b>	Panel en caja acrílica para ser ubicada en la pared de 1,50 por 1m con iluminación y fotografías full color impresas en papel fotográfico
<b>MANTENIMIENTO</b>	cada 2 meses

Figura 54 Camino de Los Libertadores

## Sección 5: Miradores Naturales

FICHA DE PRESENTACIÓN DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>TIPO DE MEDIO:</b>	Panel interpretativo de pared <b>MEDIO N°:</b> 5
<b>TEMA DEL MEDIO INFORMATIVO:</b>	Miradores Naturales
<b>FUNCIÓN:</b>	<p>Dar a conocer los atractivos que se pueden observar desde los miradores y las especies características del lugar</p> <p><b>UBICACIÓN</b> Sección 5 de la sala de exposición</p>
<b>FOTOGRAFÍAS DE PAISAJES EN LA MOCA</b>	  
<b>DIMENSIONES</b>	<p>altura del piso 1m</p> <p>dimensión horizontal del panel 1,50m</p> <p>dimensión vertical del panel 1m</p>
<b>LEYENDA</b>	<b>LOS MIRADORES NATURALES DE RUMIPAMBA: LA LIBERTAD Y LA MOCA</b>
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL</b>	Panel en caja acrílica para ser ubicada en la pared de 1,50 por 1m con iluminación y fotografías full color impresas en papel fotográfico
<b>MANTENIMIENTO</b>	cada 2 meses

Figura 55 Miradores Naturales

## Sección 6: Casas hacienda

FICHA DE PRESENTACIÓN DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>TIPO DE MEDIO:</b>	Panel interpretativo de pared <b>MEDIO N°:</b> 6
<b>TEMA DEL MEDIO INFORMATIVO:</b>	Casas Hacienda
<b>FUNCIÓN:</b>	Relatar información de las haciendas cercanas mas importantes en la historia
<b>FOTOGRAFÍAS DE CASAS HACIENDAS</b>	<p><b>UBICACIÓN</b> Sección 6 de la sala de exposición</p> 
<b>DIMENSIONES</b>	altura del piso 1m dimensión horizontal del panel 1,50m dimensión vertical del panel 1m
<b>LEYENDA</b>	EL PATROMONIO CULTURAL EN CONTRASTE CON EL PATRIMONIO NATURAL
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL</b>	Panel en caja acrílica para ser ubicada en la pared de 1,50 por 1m con iluminación y fotografías full color impresas en papel fotográfico
<b>MANTENIMIENTO</b>	cada 2 meses

Figura 56 Ficha de Presentación Qhapac Ñan

#### **4.2.3.4. Programa para la infraestructura interpretativa**

- **Objetivos del Centro de Interpretación e Información El Vallecito**

- Proporcionar a El Vallecito un Centro que contribuya al cuidado de los recursos del sitio
- Estimular a los visitantes y población en general a visitar los atractivos que existen
- Reducir los impactos negativos sobre los recursos naturales a través de la educación ambiental y el suministro de información

- **Ambientes del Centro en la Sección de Interpretación e información**

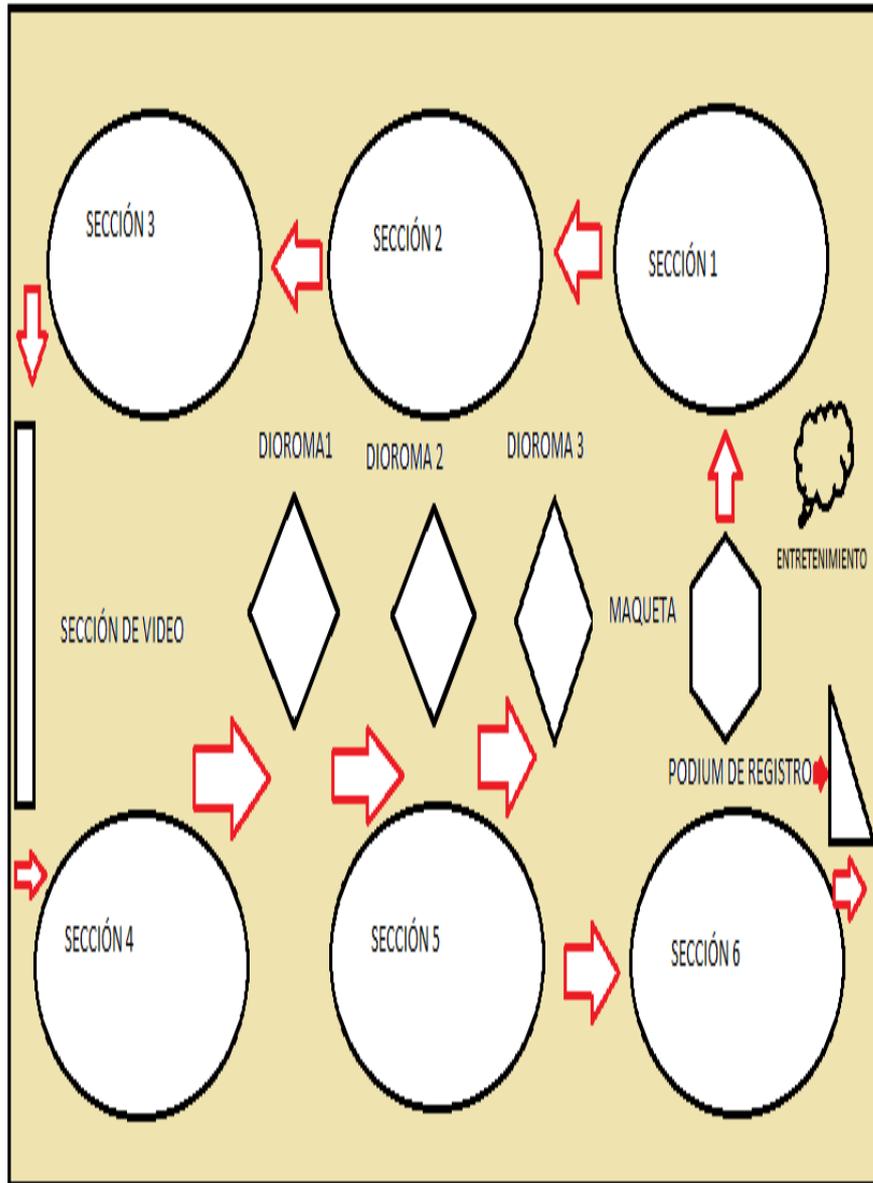
#### **Recepción de visitantes**

El ambiente para recepción de visitantes se caracteriza por el recibimiento que realiza la recepcionista o el guía para entregar información generalizada del lugar y para realizar una presentación de los servicios con los que cuenta al interior de este y fuera del mismo. Se entrega además material con el que el turista puede informarse más detenidamente los aspectos más relevantes de los atractivos que rodean al Centro.

#### **Interpretación**

El ambiente interpretativo tiene la finalidad de poner en conocimiento de los visitantes datos e información de la flora y fauna característica del lugar, en términos específicos y entendibles para todo público, sin quitarle el carácter científico que representa el suministrar información de especies del entorno. Para la interpretación se invita al visitante a formar parte del recorrido por el Centro indicándole el valor del ingreso y la ventaja que tendría al informarse detalladamente de las actividades que se pueden realizar sin necesidad de causar daños al medio o causarse daños a si mismos.

**Diagrama de circulación interna del Centro de Interpretación e Información**



**Figura 57 Diagrama de Circulación del Área de Interpretación**

### Actividad de entretenimiento en el Área de Interpretación



**Figura 58** Rompecabezas de la ubicación de volcanes en la Sierra  
**Fuente:** La Tolita Expres.com

### Actividad

El rompecabezas es un material de entretenimiento que se ubica a la salida del área de interpretación para que los visitantes puedan conocer de la cadena montañosa que forma parte del país.

### Diseño y Dimensiones

El rompecabezas se encontrara diseñado sobre una maqueta la misma que tendrá una dimensión de 3m por 3m para que pueda ser visualizado por todos los visitantes del centro.



Figura 59 Maqueta para actividad de entretenimiento

#### **4.2.4. Procesos**

##### **Proceso de servicios guiados**

- Indicaciones previas al recorrido enfatizando las precauciones y el nivel de dificultad con el que cuenta el recorrido
- Inicio del recorrido
- Presentación de la ruta entrega de información de las actividades que se realizarán en cada sitio
- Recorrido formal
- Información de los atractivos atendiendo las inquietudes de los turistas
- Arribo a los atractivos donde se practicarán deportes o se realizará un descanso con la finalidad de conocer las virtudes del lugar
- Información de finalización del recorrido
- Retorno con los turistas

##### **Proceso de difusión del Centro de Interpretación e Información Turística**

###### **Mediante contacto personal**

- Recibimiento a los visitantes
- Presentación del Centro y los servicios con los que cuenta
- Formulación de una propuesta agradable a los intereses del visitante
- Contratación de los servicios
- Registro del visitante

###### **Mediante contacto institucional**

- Contacto con las instituciones
- Presentación del Centro a las instituciones para darles a conocer el objetivo y ofertarles los servicios como entidad capacitante en temas ambientales

- Formulación de una propuesta en cuanto a temas de interés de las empresas o instituciones
- Contratación de los servicios del Centro.

#### **Mediante vía on line**

- Contacto de la persona interesada con el Centro a través de su página web
- Solicitud de información por parte del visitante on line
- Suministro de información vía correo electrónico
- Formulación de una propuesta
- Registro en caso de que se desee contratar el servicio

#### **Proceso de contratación publicitaria**

- Identificación de una empresa de publicidad mediante la revisión de cotizaciones
- Selección de una empresa con la que se trabajara en publicidad
- Presentar los requerimientos del Centro a la empresa contratada
- Analizar las propuestas de la empresa en cuanto al diseño y contenido de la publicidad
- Establecer costos y la revisión financiera correspondiente al Centro
- Establecer el tiempo de los trabajos encomendados a la empresa de publicidad
- Recepción de la publicidad elaborada.

#### 4.2.4.1. Flujo gramas de procesos

### SERVICIOS GUIADOS



**Figura 60 Proceso Operativo**

Fuente: Quito Turismo. Diseño de Rutas

## DIFUSIÓN DEL CENTRO

### Contacto personal



Figura 61 Proceso de Difusión – Contacto personal  
Fuente: [www.marketingturístico.com](http://www.marketingturístico.com)

### Contacto con instituciones

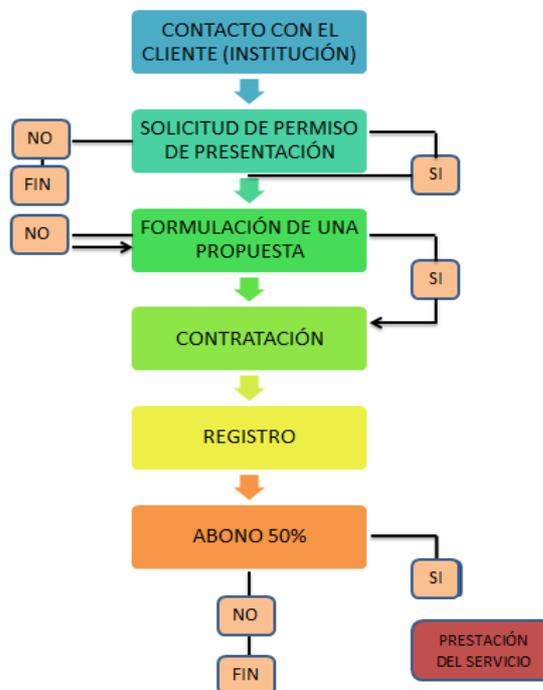


Figura 62 Proceso Comercial – Contacto institución  
Fuente: [www.marketingturístico.com](http://www.marketingturístico.com)

## Contacto por medio de internet



**Figura 63 Proceso Comercial – Contacto Internet**

Fuente: [www.marketingturístico.com](http://www.marketingturístico.com)

#### 4.2.5. Paquetes turísticos

##### PAQUETE N° 1: COCHAS ÑAN (CAMINO DEL CÓNDOR Y EL CHASQUI)

**DURACIÓN:** 1 DÍA

**CARÁCTER:** NATURAL

**DIFICULTAD:** Mínima

**IDIOMA DE GUIANZA:** Español o Inglés, dependiendo del requerimiento

**TIPO DE TOUR:** Excursionista

**PROGRAMA TURÍSTICO:** Local

**PROGRAMA LOCAL:** Full day

**TIPO DE CIRCUITO:** Lineal

**CENTRO DE OPERACIONES:** EL VALLECITO

#### ATRATIVOS Y ACTIVIDADES

##### VISITA NATURAL

- Sección del Qhapac Ñan
- Mirador La Libertad
- Cascada Cóndor Machay

##### ACTIVIDADES

- Distinción del sitio que corresponde al Qhapac Ñan
- Observación de flora y avifauna
- Visita a la cascada

##### VISITA CULTURAL

- Hacienda San Antonio

##### ACTIVIDADES

- Almuerzo
- Conocimiento de las actividades principales de la hacienda
- Visita a los cultivos
- Leyendas y tradiciones

### ITINERARIO TÉCNICO

HORA	ACTIVIDADES
<b>7:00 am</b>	Encuentro Monumento a Rumiñahui
<b>7:30 am – 8:30 am</b>	Desayuno Selva Alegre
<b>8:30 am – 9:00 am</b>	Traslado al Mirador La Libertad
<b>9:00 am – 9:30 am</b>	Observación de avifauna e interpretación de especies vegetales en el Mirador La Libertad
<b>9:30 am – 9:45 am</b>	Movilización Intfo Centro El Vallecito Explicación pertinente del Qhapac Ñan (tramo La Libertad – La Caldera)
<b>9:45 am – 10:00 am</b>	Visita al Intfo Centro
<b>10:00 am – 10:20</b>	Preparación de equipos para trekking
<b>10:30 am – 12:30 pm</b>	Caminata a la Cascada de Vilatuña
<b>11:00 am – 11:30 am</b>	Refrigerio
<b>11:30 pm – 12:30 pm</b>	Descanso y Fotografía en La Cascada
<b>12:30 pm – 14:00pm</b>	Caminata hasta La Caldera
<b>14:00 pm – 14:30pm</b>	Traslado a la Hacienda San Antonio
<b>14: 30 pm – 15:30 pm</b>	Almuerzo
<b>15:30 – 16:30pm</b>	Paseo por la hacienda y práctica de fotografía
<b>16:30 pm – 17:00 pm</b>	Conocimiento de las actividades de la Hacienda
<b>17: 00 pm – 18:00 pm</b>	Leyendas y tradiciones

### COSTOS

<b>Costos por persona:</b>	<b>Costo del Paquete: \$ 45,00</b>
Alimentación: \$8,00	Incluye:
Ingresos al Centro El Vallecito y Cascada	• Alimentación
Cóndor Machay: \$3,50	• Ingresos
Movilización: \$45,00 (El Vallecito, La Caldera, Traslado a San Antonio)	• Movilización
	• Fotografía
	• Retorno a Sangolquí
No incluye movilización por parte del Centro	• Guía
	No incluye hospedaje

**PAQUETE N° 2: QHISPIKAY ÑAN (CAMINO DE LA LIBERTAD)**

**DURACIÓN:** 1 DÍA

**CARÁCTER:** NATURAL

**DIFICULTAD:** Mínima

**IDIOMA DE GUIANZA:** Español o Inglés, dependiendo del requerimiento

---

**TIPO DE TOUR:** Excursionista

**PROGRAMA TURÍSTICO:** Local

**PROGRAMA LOCAL:** Full day

**TIPO DE CIRCUITO:** Lineal

**CENTRO DE OPERACIONES:** EL VALLECITO

---

**ATRATIVOS Y ACTIVIDADES**

**VISITA NATURAL**

- Mirador El Vallecito
- Camino de los Libertadores
- Cascada Vilatuña

**ACTIVIDADES**

- Paseo por el camino hasta el mirador
- Observación de flora y avifauna
- Visita a la cascada

**VISITA CULTURAL**

- Hacienda Santa Rita

**ACTIVIDADES**

- Práctica de Canopy
- Almuerzo
- Conocimientos de las actividades principales de la hacienda
- Visita a los cultivos
- Folklor y música

### ITINERARIO TÉCNICO

HORA	ACTIVIDADES
7:00 am	Encuentro Monumento a Rumiñahui
7:30 am – 8:30 am	Desayuno Selva Alegre
8:30 am – 9:00 am	Traslado Mirador El Vallecito
9:00 am – 9:30 am	Explicación pertinente al Camino de los Libertadores (tramo El Vallecito – Vilatuña)
9:30 am – 10:00 am	Visita al Intfo Centro El Vallecito
10:30 am – 11:00 pm	Caminata a la Cascada de Vilatuña
11:00 am – 11:30 am	Refrigerio
11:30 pm – 12:00 pm	Descanso y Fotografía en La Cascada
12:00 pm – 13:30pm	Caminata hasta El Vallecito
13:30 pm – 14:00pm	Traslado a la Hacienda Santa Rita
14: 00 pm – 15:00 pm	Canopy
15:30 – 16:30pm	Almuerzo
16:30 pm – 17:00 pm	Paseo por la Hacienda
17: 00 pm – 18:00 pm	Folklor y música

### COSTOS

Costos por persona:	Costo del Paquete: \$ 65,00
Alimentación: \$8,00	Incluye:
Ingresos al Centro El Vallecito y Cascada Vilatuña: \$5,00	• Alimentación
Canopy: \$5,00	• Ingresos
Movilización: \$30,00 (llegada a El Vallecito y Traslado a Santa Rita)	• Práctica de Canopy
No incluye movilización por parte del Centro	• Movilización
	• Fotografía
	• Retorno a Sangolquí al día siguiente
	• Guía
	No incluye hospedaje

---

**PAQUETE N° 3: ANTARAWA ÑAN (CAMINO EN EL CELAJE DE LA TARDE)**


---

**DURACIÓN:** 1 DÍA

**CARÁCTER:** NATURAL y CULTURAL

**DIFICULTAD:** Mínima

**IDIOMA DE GUIANZA:** Español o Inglés, dependiendo del requerimiento

**PROGRAMA TURÍSTICO:** Local

**PROGRAMA LOCAL:** Full day

**TIPO DE CIRCUITO:** Lineal

**CENTRO DE OPERACIONES:** EL VALLECITO

---

### ATRATIVOS Y ACTIVIDADES

#### VISITA NATURAL

- Mirador El Vallecito
- Mirador La Libertad
- Cascada Vilatuña
- Cascada Cóndor Machay
- Qhapac Ñan

#### ACTIVIDADES

- Observación de flora y avifauna
- Visita a la cascada
- Distinción del sitio que corresponde al Qhapac Ñan
- Ciclismo

#### VISITA CULTURAL

- Hacienda Santa Rita

#### ACTIVIDADES

- Canopy
- Rappelling
- Cabalgata
- Conocimiento de las actividades principales de la hacienda
- Leyendas y Tradiciones
- Música y Folklor

**ITINERARIO TÉCNICO**

HORA	ACTIVIDADES
<b>7:00 am</b>	Encuentro Monumento a Rumiñahui
<b>7:30 am – 8:30 am</b>	Desayuno Selva Alegre
<b>8:30 am – 9:00 am</b>	Traslado a los miradores
<b>9:00 am – 9:30 am</b>	Visita Mirador El Vallecito
<b>9:30 am – 9:45 am</b>	Movilización El Vallecito – Mirador La Libertad
<b>9:45 am – 10:00 am</b>	Observación de avifauna e interpretación de especies vegetales en el Mirador La Libertad
<b>10:00 am – 10:20</b>	Explicación pertinente del Qhapac Ñan (tramo La Libertad – El Vallecito)
<b>10:30 am – 12:30 pm</b>	Caminata a la Cascada de Vilatuña
<b>11:00 am – 11:30 am</b>	Refrigerio
<b>11:30 pm – 12:30 pm</b>	Descanso y Fotografía en La Cascada
<b>12:30 pm – 13:30pm</b>	Caminata hasta Cóndor Machay
<b>13:30 pm – 14:30pm</b>	Ciclismo dirigido a la Hacienda Santa Rita
<b>14:30 pm – 15:30pm</b>	Almuerzo
<b>15: 30 pm – 16:00 pm</b>	Llegada Hacienda Santa Rita
<b>16:00 – 16:30pm</b>	Práctica de deportes
<b>16:30 pm – 18:00 pm</b>	Conocimiento de las actividades de la Hacienda
<b>18: 00 pm – 18:30 pm</b>	Leyendas y tradiciones
<b>18:30 pm – 19:30 pm</b>	Música y Folklor

## COSTOS

<b>Costos por persona:</b>	<b>Costo del Paquete: \$ 70,00</b>
Alimentación: \$12,00	Incluye:
Ingresos al Centro El Vallecito y Cascada	• Alimentación
Vilatuña, y Cóndor Machay: \$6,50	• Ingresos
Canopy: \$5,00	• Práctica de
Rappel: \$12,00	deportes
Cabalgata: \$7,00	• Movilización
Movilización: \$30,00 (llegada a El Vallecito	• Fotografía
y Traslado a Santa Rita)	• Retorno a
No incluye movilización por parte del	Sangolquí
Centro	No incluye hospedaje

### 4.3. ESTUDIO FINANCIERO

Es la fase del proyecto donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable o no; es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado que supere el costo inicial.

Antes de poner en marcha una iniciativa de mejora es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para su ejecución.

En este sentido el estudio de financiero busca analizar de forma consolidada la manera como se comportan los ingresos y egresos durante el horizonte de vida del proyecto, valores que son resumidos a través de estados financieros.

En el trabajo de investigación que se orienta a establecer si es viable o no la reactivación de un Centro de Información e Interpretación turística en el sector de El Vallecito perteneciente a la Parroquia de Rumipamba, el estudio financiero se lo ha dividido en dos partes; a través de la primera se busca ordenar la información contable a través de estados financieros, y con la segunda diseñar y evaluar indicadores económicos que evidencien la pertinencia o viabilidad de implementar la propuesta.

#### 4.3.1. Inversión inicial

Existen diferentes definiciones frente a este concepto, asumiéndose en la investigación la propuesta por Baca Urbina, quien la define como “la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio”.(Gabriel, 2011, pág. 43)

**Tabla 51** Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	
CONCEPTO	VALOR ANUAL
<b>Inversión fija</b>	8.934,20
<b>Inversión diferida</b>	665,20
<b>Inversión capital de trabajo</b>	504,18
<b>TOTAL</b>	<b>10.103,88</b>

La iniciativa de implementar un centro de información turística en El Vallecito requiere de un monto de inversión inicial de \$10.103.88, de la cual alrededor del 95% de corresponder al a inversión fija. Esta condición se justifica en vista que es un proyecto nuevo, debiéndose incurrir en costos de inversión por concepto de adquisición activos fijos.

#### 4.3.1.1. Inversión fija

Este rubro se agrupa en la cuenta de tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el costo del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar con la prestación del servicio turístico.

**Tabla 52 Inversión fija**

CONCEPTO	VALOR		DEPRECIACIÓN			
	ANUAL	2014	2015	2016	2017	2018
Equipo de uso técnico	1.943,84	174,95	174,95	174,95	174,95	174,95
Equipo de oficina	810,16	72,91	72,91	72,91	72,91	72,91
Equipos de computación	1.512,20	453,66	453,66	453,66	-	-
Requerimiento de menaje	271,20	24,41	24,41	24,41	24,41	24,41
Muebles de descanso	657,50	59,18	59,18	59,18	59,18	59,18
Muebles de oficina y recepción	742,80	66,85	66,85	66,85	66,85	66,85
Muebles de restaurante	1.496,20	134,66	134,66	134,66	134,66	134,66
Muebles de exposición	1.500,30	135,03	135,03	135,03	135,03	135,03
<b>TOTAL</b>	<b>8.934,20</b>	<b>1.121,64</b>	<b>1.121,64</b>	<b>1.121,64</b>	<b>667,98</b>	<b>667,98</b>

El monto de inversión por este concepto asciende a \$8.934,20 con un valor de depreciación anual promedio de \$1.121,64 para los tres primeros años de operación y de \$667,98 para los siguientes.

Es importante mencionar que el proceso de cálculo de las depreciaciones se las ha realizado a través del método de línea recta manteniendo como política un 10% de valor residual.

**Tabla 53** Equipo de uso técnico

EQUIPO DE USO TÉCNICO					DEPRECIACIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Intercomunicadores	unidad	1	126,30	126,30	11,37	11,37	11,37	11,37	11,37
Cámara de fotos semi-profes	unidad	1	478,60	478,60	43,07	43,07	43,07	43,07	43,07
Carpas	unidad	1	130,00	130,00	11,70	11,70	11,70	11,70	11,70
Botiquin de primeros auxilios	unidad	1	35,70	35,70	3,21	3,21	3,21	3,21	3,21
Arnes	unidad	1	79,00	79,00	7,11	7,11	7,11	7,11	7,11
Mosqueton	unidad	1	7,79	7,79	0,70	0,70	0,70	0,70	0,70
Ochos aseguradores y desc	unidad	1	9,75	9,75	0,88	0,88	0,88	0,88	0,88
Cuerdas	unidad	1	12,50	12,50	1,13	1,13	1,13	1,13	1,13
Guantes	unidad	1	18,70	18,70	1,68	1,68	1,68	1,68	1,68
Cascos	unidad	1	48,00	48,00	4,32	4,32	4,32	4,32	4,32
Bolsas de magnesio	unidad	1	28,90	28,90	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Colchoneas	unidad	1	65,25	65,25	5,87	5,87	5,87	5,87	5,87
Extensiones	unidad	1	18,55	18,55	1,67	1,67	1,67	1,67	1,67
Rodilleras	unidad	1	39,00	39,00	3,51	3,51	3,51	3,51	3,51
Sleeping	unidad	1	29,00	29,00	2,61	2,61	2,61	2,61	2,61
Pie de gato	unidad	1	65,30	65,30	5,88	5,88	5,88	5,88	5,88
Extintores	unidad	1	66,50	66,50	5,99	5,99	5,99	5,99	5,99
Coderas	unidad	1	49,00	49,00	4,41	4,41	4,41	4,41	4,41
Binoculares	unidad	1	60,00	60,00	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
Bicicletas de montaña	unidad	2	245,30	490,60	44,15	44,15	44,15	44,15	44,15
Sistema de GPS	unidad	1	85,40	85,40	7,69	7,69	7,69	7,69	7,69
<b>TOTAL</b>			<b>1.698,54</b>	<b>1.943,84</b>	<b>174,95</b>	<b>174,95</b>	<b>174,95</b>	<b>174,95</b>	<b>174,95</b>

Puesto que la iniciativa de inversión no solo busca ofrecer servicios de información e interpretación, sino que para generar un plus ha planificado acompañarlo de servicios complementarios, entonces se hace necesario adquirir equipos y tecnología que se ajuste a dicha decisión, proceso que genera un monto de inversión de \$1.943,84 acompañado de una depreciación anual de \$174,95.

**Tabla 54** Equipos de oficina

EQUIPO DE OFICINA					DEPRECIACIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Teléfono fax</b>	Unidad	1	234,46	234,46	21,10	21,10	21,10	21,10	21,10
<b>Calefacción</b>	Unidad	1	299,90	299,90	26,99	26,99	26,99	26,99	26,99
<b>Grabadora SONY MP-DVD</b>	Unidad	1	160,40	160,40	14,44	14,44	14,44	14,44	14,44
	Unidad	1	115,40	115,40	10,39	10,39	10,39	10,39	10,39
<b>TOTAL</b>					<b>810,16</b>	<b>72,91</b>	<b>72,91</b>	<b>72,91</b>	<b>72,91</b>

El desarrollo de las actividades de información e interpretación turística requiere ejecutar un desembolso promedio de \$810,16 por concepto de adquisición de equipos de

oficina. Activos que han sido cuantificados en función a la división organizacional del centro.

**Tabla 55** Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN				DEPRECIACIÓN					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Computadora	Unidad	1	630,20	630,20	189,06	189,06	189,06	0,00	0,00
Infocus	Unidad	1	649,40	649,40	194,82	194,82	194,82	0,00	0,00
Impresora servidor Samsung	Unidad	1	232,60	232,60	69,78	69,78	69,78	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.512,20</b>	<b>453,66</b>	<b>453,66</b>	<b>453,66</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Puesto que el objetivo del centro es garantizar un servicio de calidad, se ha visto en la necesidad de adquirir equipos informáticos por un monto de aproximadamente \$1.512,20, acompañado de una depreciación para tres años de 453,66.

**Tabla 56** Requerimiento de blancos

REQUERIMIENTO DE BLANCOS				DEPRECIACIÓN					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Almohadas	unidad	2	7,70	15,40	1,39	1,39	1,39	1,39	1,39
Cobijas de plaza y media	unidad	3	27,60	82,80	7,45	7,45	7,45	7,45	7,45
Juego de sábanas plaza y media	juego	2	25,00	50,00	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
Cubrecamas	unidad	2	32,00	64,00	5,76	5,76	5,76	5,76	5,76
Fundas de almohada	unidad	2	4,60	9,20	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83
Alfómbra	unidad	1	19,80	19,80	1,78	1,78	1,78	1,78	1,78
Juego de toallas	juego	2	15,00	30,00	2,70	2,70	2,70	2,70	2,70
<b>TOTAL</b>				<b>271,20</b>	<b>24,41</b>	<b>24,41</b>	<b>24,41</b>	<b>24,41</b>	<b>24,41</b>

El proyecto no solo se orienta a brindar servicios de información e interpretación turística, sino que busca acompañarlos con servicios complementarios, condición que genera costos, tal es el caso de los blancos, puesto que estos son requeridos para garantizar la permanencia del administrador responsable. En este sentido el monto de inversión asciende a 271,20 sobre el que aplica una depreciación de 24,41.

**Tabla 57** Muebles de descanso

MUEBLES ÁREA DE DESCANSO					DEPRECIACIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Cama litera plaza y media	Unidad	1	287,9	287,9	25,91	25,91	25,91	25,91	25,91
Colchón plaza y media	Unidad	1	190,6	190,6	17,15	17,15	17,15	17,15	17,15
Espejo	Unidad	1	35,6	35,6	3,2	3,2	3,2	3,2	3,2
Velador	Unidad	1	63,4	63,4	5,71	5,71	5,71	5,71	5,71
Cuadro	Unidad	1	80	80	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2
<b>TOTAL</b>					<b>657,5</b>	<b>59,18</b>	<b>59,18</b>	<b>59,18</b>	<b>59,18</b>

Otros activos a adquirirse son los muebles destinados para el área de descanso del administrador, objeto que causa un desembolso de \$657,50 y aplica una depreciación de \$59,18 para 10 años.

**Tabla 58** Muebles de oficina recepción

MUEBLES DE OFICINA Y RECEPCION					DEPRECIACIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Counters	unidad	1	400,6	400,6	36,05	36,05	36,05	36,05	36,05
Archivador	unidad	1	110,6	110,6	9,95	9,95	9,95	9,95	9,95
Silla giratoria	unidad	1	90	90	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1
Sillas de espera	unidad	4	35,4	141,6	12,74	12,74	12,74	12,74	12,74
<b>TOTAL</b>					<b>742,8</b>	<b>66,85</b>	<b>66,85</b>	<b>66,85</b>	<b>66,85</b>

La recepción es el primer lugar de contacto del turista, razón por la que debe encontrarse adecuada de acuerdo a esa exigencia. En este sentido la propuesta recomienda ejecutar una inversión de \$742,80 sobre la que se origina una depreciación de 66,85.

**Tabla 59 Muebles de restaurante**

MUEBLES DE RESTAURANTE					DEPRECIACIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Mesa	unidad	3	100	300	27	27	27	27	27
Sel servi	unidad	1	320	320	28,8	28,8	28,8	28,8	28,8
Silla	unidad	12	45,4	544,8	49,03	49,03	49,03	49,03	49,03
Mueble para vajilla	unidad	2	165,7	331,4	29,83	29,83	29,83	29,83	29,83
<b>TOTAL</b>				<b>1.496,20</b>	<b>134,66</b>	<b>134,66</b>	<b>134,66</b>	<b>134,66</b>	<b>134,66</b>

El requerimiento por concepto de muebles de restaurante asciende a \$1.496,20 para el año de estudio y una depreciación promedio de \$134,66. La decisión de incluirlos tuene como único objetivo brindar un ambiente propicio para que puedan digerir los alimentos que serán ofertados por externos.

**Tabla 60 Muebles de exposición**

MUEBLES DE EXPOSICIÓN					DEPRECIACIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Panel Interpretativo	unidad	2	110,00	220,00	19,80	19,80	19,80	19,80	19,80
Dioromas	unidad	1	218,50	218,50	19,67	19,67	19,67	19,67	19,67
Paneles Interactivos	unidad	1	210,30	210,30	18,93	18,93	18,93	18,93	18,93
Pedestales Interpretativos	unidad	1	220,10	220,10	19,81	19,81	19,81	19,81	19,81
Maquetas	unidad	1	210,50	210,50	18,95	18,95	18,95	18,95	18,95
Infocus	unidad	1	215,40	215,40	19,39	19,39	19,39	19,39	19,39
Sillas	unidad	2	35,00	70,00	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30
Podium	unidad	1	135,50	135,50	12,20	12,20	12,20	12,20	12,20
<b>TOTAL</b>				<b>1.500,30</b>	<b>135,03</b>	<b>135,03</b>	<b>135,03</b>	<b>135,03</b>	<b>135,03</b>

Se ha creado una sala de exposición en la que se expondrán manifestaciones culturales de la zona, así como objetos propios del sector. El monto de inversión por este concepto asciende a \$1.500,30 y una depreciación promedio de \$135,03.

**Tabla 61 Vehículo**

VEHÍCULOS				DEPRECIACIÓN					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Camioneta Toyota año 2013	1	1	18.340,00	18.340,00	3.301,20	3.301,20	3.301,20	3.301,20	3.301,20
<b>TOTAL</b>				<b>18.340,00</b>	<b>3.301,20</b>	<b>3.301,20</b>	<b>3.301,20</b>	<b>3.301,20</b>	<b>3.301,20</b>

Se ha dispuesto además comprar una camioneta con la finalidad de facilitar el desplazamiento de las personas encargadas de brindar los servicios de asesoría y prestación en general. El monto de inversión por este concepto es de \$18.340,00 sobre la que aplica una depreciación de \$3.301,20.

#### 4.3.1.2. Inversión diferida

Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc. Dentro de ésta inversión se encuentran los gastos operativos, organización y constitución de la empresa y capital de trabajo.

**Tabla 62 Inversión diferida**

INVERSIÓN DIFERIDA		
CONCEPTO	V. ANUAL	AMORTIZACIÓN
Gastos de constitución		64,00
	320,00	
Permisos policía, bomberos	104,50	20,90
Permisos municipales		9,12
	45,60	
Permisos ambientales		39,08
	195,40	
<b>TOTAL</b>	<b>665,50</b>	<b>133,10</b>

El valor de la inversión diferida corresponde a \$665,50 sobre la que aplica una amortización de alrededor de \$133,10. Es importante tomar en cuenta que en estos costos se ha incluido a toda aquella inversión intangible.

#### 4.3.1.3. Inversión capital de trabajo

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

Tabla 63 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	REQUERIMIENTO		
	CONCEPTO	V. ANUAL	CAPITAL DE TRABAJO
Materia prima	-	-	-
Mano de obra directa	469,76		78,29
C.I.F.	2.555,33		425,89
<b>TOTAL</b>	<b>3.025,09</b>		<b>504,18</b>

Esta reserva se la hace con la finalidad de contar de forma preventiva con una cantidad de recursos monetarios que le permitan atender las primeras operaciones del Centro de Información e Interpretación Turística. El monto de inversión asciende a \$3.025,09.

#### 4.3.2. Financiamiento

En el proceso de implementación del Centro de Información e Interpretación Turística El Vallecito es necesario contar con un crédito obtenido en el banco del Pichincha.

### 4.3.3. Tabla de amortización

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos.

**Tabla 64 Financiamiento**

BANCO DEL PICHINCHA					
CAPITAL		:	8.103,88		
PLAZO (Semestres)		:	10		
VENCIMIENTOS		:	Semestral		
TASA ACTIVA ANUAL		:	17,25%		
AÑOS	PERIODO	DIVIDENDO	AMORTIZACION CAPITAL	INTERES	SALDO
0	0				8.103,88
1	1	864,15	165,19	698,96	7.938,69
	2	864,15	179,44	684,71	7.759,24
2	3	864,15	194,92	669,23	7.564,33
	4	864,15	211,73	652,42	7.352,59
3	5	864,15	229,99	634,16	7.122,60
	6	864,15	249,83	614,32	6.872,77
4	7	864,15	271,38	592,78	6.601,39
	8	864,15	294,78	569,37	6.306,61
5	9	864,15	320,21	543,95	5.986,40
	10	864,15	347,83	516,33	5.638,57
6	11	864,15	377,83	486,33	5.260,75
	12	864,15	410,41	453,74	4.850,33
7	13	864,15	445,81	418,34	4.404,52
	14	864,15	484,26	379,89	3.920,25
8	15	864,15	526,03	338,12	3.394,22
	16	864,15	571,40	292,75	2.822,82
9	17	864,15	620,69	243,47	2.202,13
	18	864,15	674,22	189,93	1.527,91
10	19	864,15	732,37	131,78	795,54
	20	864,15	795,54	68,62	-0,00

En la tabla se muestra la forma como el crédito ha sido otorgado y la forma como se va saldando. Para el efecto se ha tomado en cuenta el método por cuota de dividendo fijo, considerando para aquello el tiempo, costo financiero, interés y el saldo. Se puede observar como al final del proceso de pagos la deuda es cubierta.

#### 4.3.4. Costo total

El coste total son todos aquellos costes en los que se incurre en un proceso de producción o actividad. Se calcula sumando los costes fijos y los costes variables:

$$CT = CF + CV$$

**Tabla 65 Costos operacionales**

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			PROYECCIÓN				
CONCEPTO	V. MENSUAL	VALOR ANUAL	2014	2015	2016	2017	2018
Costo de producción	3.025,09	36.301,09	38.494,45	40.820,97	43.288,81	45.906,61	48.683,55
Costo operacional	236,68	2.840,20	3.010,61	3.191,25	3.382,72	3.585,69	3.800,83
<b>TOTAL</b>	<b>3.261,77</b>	<b>39.141,29</b>	<b>41.505,06</b>	<b>44.012,22</b>	<b>46.671,53</b>	<b>49.492,29</b>	<b>52.484,38</b>

Para el caso de estudio se ha llegado a estimar luego de un proceso de costeo que el valor a ejecutarse por este concepto asciende a \$39.141,29 para el primera año y de \$52.484,38 para el último. Para el caso de las proyecciones se toma en cuenta una tasa promedio como efecto de los cambios porcentuales operado en cada uno de estos.

##### 4.3.4.1. Costo de producción

Cuando comienza a organizarse una empresa para el proceso productivo, tiene que realizar una serie de gastos, directa o indirectamente relacionados con la producción. El proceso de producción o prestación de servicios requiere la movilización de los factores de la producción: tierra, capital, trabajo y organización. La planta, el equipo de producción, la materia prima, los empleados de todos los tipos (asalariados y ejecutivos), forman los costos fundamentales del costo de producción de una empresa.

Tabla 66 Costos de producción

CONCEPTO	COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN TURÍSTICA		PROYECCIÓN				
	V. MENSUAL	V. TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Costo de materia prima	-	-	-	-	-	-	-
Costo mano de obra directa	1.233,82	14.805,80	15.694,15	16.635,80	17.633,94	18.691,98	19.813,50
Costos indirectos de fabricación	2.681,10	32.173,19	34.100,92	36.145,01	38.312,55	40.611,10	43.048,64
<b>TOTAL</b>	<b>3.914,92</b>	<b>46.978,99</b>	<b>49.795,06</b>	<b>52.780,80</b>	<b>55.946,50</b>	<b>59.303,08</b>	<b>62.862,14</b>

El Valor a ejecutarse por este concepto asciende a \$46.978,99 para el año de estudio, llegándose a estimar que de mantenerse la tendencia éste se ubicará en aproximadamente \$62.862,14. Las proyecciones se las ha realizado tomando en cuenta el comportamiento general de costos.

#### 4.4.4.1.1 Costo de mano de obra directa

Tabla 67 Costos de mano de obra directa

CARGO	NUMERO	MANO DE OBRA DIRECTA		C. ANUAL	I.E.S.S.	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VALOR A RECIBIR	PROYECCIÓN				
		COSTO MENSUAL	COSTO UNITARIO TOTAL						2014	2015	2016	2017	2018
Informante	1	450,00	450,00	5.400,00	9,45%	407,48	340,00	5.637,18	5.975,41	6.333,93	6.713,97	7.116,80	7.543,81
<b>TOTAL</b>		<b>450,00</b>	<b>450,00</b>	<b>5.400,00</b>	<b>9,45%</b>	<b>407,48</b>	<b>340,00</b>	<b>5.637,18</b>	<b>5.975,41</b>	<b>6.333,93</b>	<b>6.713,97</b>	<b>7.116,80</b>	<b>7.543,81</b>

El pago por concepto de mano de obra asciende a 5.637,18 para el año de estudio con una tendencia de crecimiento que obedece al comportamiento promedio de los costos salariales registrados en el país en los últimos años. Es importante tomarse en cuenta que en este se ha tomado en cuenta lo dispuesto en el código de trabajo con respecto a lo que tiene que ver con la política salarial.

**Tabla 68 Costos de mano de obra indirecta**

MANO DE OBRA INDIRECTA			C. ANUAL	IESS 9,45%	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VALOR A RECIBIR	PROYECCIÓN				
CARGO	NUMERO	COSTO TOTAL						2014	2015	2016	2017	2018
Administrador	1	850,00	10.200,00	963,90	769,68	264,00	10.269,78	10.885,96	11.539,12	12.231,47	12.965,35	13.743,28
Programador turístico	1	720,00	8.640,00	816,48	651,96	263,00	8.738,48	9.262,79	9.818,56	10.407,67	11.032,13	11.694,06
Recepcionista-secretaria	1	450,00	5.400,00	510,30	407,48	264,00	5.561,18	5.894,85	6.248,54	6.623,45	7.020,86	7.442,11
Chofer	1	400,00	4.800,00	453,60	362,20	264,00	4.972,60	5.270,96	5.587,21	5.922,45	6.277,79	6.654,46
<b>TOTAL</b>		<b>2.420,00</b>	<b>29.040,00</b>	<b>2.744,28</b>	<b>2.191,31</b>	<b>1.055,00</b>	<b>29.542,03</b>	<b>31.314,55</b>	<b>33.193,42</b>	<b>35.185,03</b>	<b>37.296,13</b>	<b>39.533,90</b>

Se aplica similar criterio y se ha estimado que se deberá ejecutar un desembolso promedio de \$29.542,03 para el año de estudio y un valor de \$39.533,90 para el último de la proyección.

#### 4.4.4.1.2. Costo Indirecto de Fabricación

Son costos que forman parte del costo de producción, siendo necesarios para obtener los bienes y/o servicios pero que en general no llegan a formar parte del bien final.

**Tabla 69 Costo indirecto de fabricación**

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		PROYECCIÓN				
CONCEPTO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Suministros de aseo	68,40	71,69	75,14	78,75	82,54	86,51
Suministros de oficina	97,56	102,25	107,17	112,33	117,73	123,39
Servicios básicos	955,92	1.030,55	1.111,31	1.198,73	1.293,40	1.395,94
Mano de obra indirecta	29.542,03	31.314,55	33.193,42	35.185,03	37.296,13	39.533,90
<b>TOTAL</b>	<b>30.663,91</b>	<b>32.519,04</b>	<b>34.487,04</b>	<b>36.574,84</b>	<b>38.789,80</b>	<b>41.139,74</b>

Por este concepto se estima se deberá ejecutar un desembolso de alrededor de \$30.663,91 para el año de estudio y un valor de \$41.139,74 para el último, debiendo se considerar que solo es el efecto del comportamiento de los costos turísticos individuales.

**Tabla 70 Requerimiento de insumos de limpieza**

CIF: REQUERIMIENTO DE INSUMOS DE LIMPIEZA					PROYECCIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Accesorio de limpieza	juegos	4	2,00	8,00	8,38	8,79	9,21	9,65	10,12
Ambiental	galón	4	4,00	16,00	16,77	17,58	18,42	19,31	20,24
Cloro	galón	2	3,00	6,00	6,29	6,59	6,91	7,24	7,59
Desinfectante	galón	2	3,00	6,00	6,29	6,59	6,91	7,24	7,59
Pinoklin	galones	4	5,40	21,60	22,64	23,73	24,87	26,07	27,32
Escobas	unidad	4	1,00	4,00	4,19	4,39	4,61	4,83	5,06
Trapeadores	unidad	4	1,20	4,80	5,03	5,27	5,53	5,79	6,07
Fundas de basura	conjunto	2	1,00	2,00	2,10	2,20	2,30	2,41	2,53
<b>TOTAL</b>				<b>68,40</b>	<b>71,69</b>	<b>75,14</b>	<b>78,75</b>	<b>82,54</b>	<b>86,51</b>

Se ha estimado necesario ejecutar un desembolso promedio de 68,40 por el concepto de suministros de limpieza. La necesidad de incluirlos es por cuanto se busca brindar un servicio de calidad y esto en parte se lo conseguirá a través de generar una buena imagen de limpieza y asepsia.

**Tabla 71 Requerimiento de suministros de oficina**

REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS DE OFICINA					PROYECCIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	2014	2015	2016	2017	2018
Esferos	Cajas	2	3,00	6,00	6,29	6,59	6,91	7,24	7,59
Lápices	Cajas	2	3,00	6,00	6,29	6,59	6,91	7,24	7,59
Grapadoras	Unidades	2	4,75	9,50	9,96	10,44	10,94	11,46	12,02
Perforadoras	Unidades	2	4,75	9,50	9,96	10,44	10,94	11,46	12,02
Factureros	Unidades	3	16,00	48,00	50,31	52,73	55,26	57,92	60,71
Resmas de papel bond	Paquetes	4	4,35	17,40	18,24	19,11	20,03	21,00	22,01
Fichas de registro huéspedes	Millares	1	0,08	0,08	0,08	0,09	0,09	0,10	0,10
Fichas de control del personal	Millares	1	0,08	0,08	0,08	0,09	0,09	0,10	0,10
Carpetas	Docenas	4	0,25	1,00	1,05	1,10	1,15	1,21	1,26
<b>TOTAL</b>				<b>97,56</b>	<b>102,25</b>	<b>107,17</b>	<b>112,33</b>	<b>117,73</b>	<b>123,39</b>

**Tabla 72 Requerimiento de servicios básicos**

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS						PROYECCIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	2014	2015	2016	2017	2018
Energía eléctrica	kw/h	329	0,06	19,74	236,88	251,09	266,16	282,13	299,06	317,00
Agua potable	m <sup>3</sup>	478	0,04	19,12	229,44	245,50	262,69	281,07	300,75	321,80
Internet	Horas	100	0,50	31,20	374,40	411,84	453,02	498,33	548,16	602,97
Teléfono fijo	Minutos	120	0,08	9,60	115,20	122,11	129,44	137,21	145,44	154,16
<b>TOTAL</b>				<b>79,66</b>	<b>955,92</b>	<b>1.030,55</b>	<b>1.111,31</b>	<b>1.198,73</b>	<b>1.293,40</b>	<b>1.395,94</b>

El desembolso promedio a ejecutarse por este concepto asciende a alrededor de \$955,92 para el año de estudio y de alrededor de \$1.395,04 para el último año de la proyección. Las proyecciones toman en cuenta el comportamiento individual de costos marcándose un promedio entre 5% y 7%.

#### 4.4.4.2. Costos operacionales

Se definen como costos fijos por razón de que en el plazo corto e intermedio se mantienen constantes a los diferentes niveles de producción. Los costos fijos están formados por: salarios a ejecutivos, depreciación de la maquinaria, depreciación del equipo, contribuciones de la propiedad, primas de seguros, alquileres, intereses. Cualquier empresa debe cubrir esos gastos, esté o no en producción.

**Tabla 73 Gastos de administración**

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			PROYECCIÓN				
CONCEPTO	V. MENSUAL	VALOR ANUAL	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos de administración	108,18	1.298,20	1.376,09	1.458,66	1.546,18	1.638,95	1.737,28
Gastos de ventas	128,50	1.542,00	1.634,52	1.732,59	1.836,55	1.946,74	2.063,54
<b>TOTAL</b>	<b>236,68</b>	<b>2.840,20</b>	<b>3.010,61</b>	<b>3.191,25</b>	<b>3.382,72</b>	<b>3.585,69</b>	<b>3.800,83</b>

Para crear el Centro de Información e Interpretación Turística El Vallecito, se ha estimado conveniente ejecutar un desembolso promedio de \$2.840,20 para el año de estudio y de aproximadamente \$3.800,83 para el último año.

#### 4.4.4.1.2. Gastos administrativos

Los gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo como, salarios de gerentes, jefes, renta de las oficinas, transporte de personal administrativo, combustible de gerentes, jefes u otro personal administrativo.

**Tabla 74 Gastos administrativos**

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				PROYECCIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR ANUAL	2014	2015	2016	2017	2018
Viáticos	5	75,00	375,00	397,50	421,35	446,63	473,43	501,83
Incentivos	8	55,40	443,20	469,79	497,98	527,86	559,53	593,10
Dietas	8	60,00	480,00	508,80	539,33	571,69	605,99	642,35
<b>TOTAL</b>			<b>1.298,20</b>	<b>1.376,09</b>	<b>1.458,66</b>	<b>1.546,18</b>	<b>1.638,95</b>	<b>1.737,28</b>

El desembolso promedio a ejecutarse para el primer año de operaciones es de \$1.298,20 para el primer año y de \$1.737,28 para el último de proyección.

#### 4.4.4.1.3. Gastos de venta

Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas como los fletes, sueldos y Comisiones de vendedores del personal de ventas.

**Tabla 75 Gastos de venta**

GASTOS DE VENTA				PROYECCIÓN				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR ANUAL	2014	2015	2016	2017	2018
Comisiones	6	45,00	270,00	286,20	303,37	321,57	340,87	361,32
Lubricante y mantenimiento	12	70,00	840,00	890,40	943,82	1.000,45	1.060,48	1.124,11
Transporte	12	36,00	432,00	457,92	485,40	514,52	545,39	578,11
<b>TOTAL</b>			<b>1.542,00</b>	<b>1.634,52</b>	<b>1.732,59</b>	<b>1.836,55</b>	<b>1.946,74</b>	<b>2.063,54</b>

Por este concepto se ha estimado ejecutar un nivel de gastos de venta de aproximadamente \$1.542,00 para el año de estudio y de \$2.063,54 para el último proyectado. Las proyecciones han sido efectuadas con una tasa promedio que corresponde al valor de la inflación para el período.

#### 4.4.5. Ingreso total

El ingreso total representa la entrada a caja por la venta de productos, en consecuencia dicho ingreso es equivalente a la multiplicación de la cantidad del producto por su precio.

**Tabla 76 Ingreso total**

OPCIONES	NIVEL DE ACEPTACIÓN	ANUAL	INGRESOS PROYECTADOS				
			2014	2015	2016	2017	2018
Servicios de guianza	15,40%		1.894	2.053	2.223	2.404	2.597
Capacitación Técnica	16,70%		685	742	803	896	939
Paquete 1	21,40%		11.282	12.227	13.236	14.315	15.466
Paquete 2	21,98%		16.738	18.139	19.637	21.237	22.946
Paquete 3	24,52%		20.108	21.792	23.592	25.514	27.567
<b>INGRESOS TOTALES</b>		-	<b>50.706</b>	<b>54.953</b>	<b>59.491</b>	<b>64.365</b>	<b>69.515</b>

Los ingresos que se esperan obtener de la prestación de servicios de información e interpretación turística en el sector de El Vallecito ascienden a alrededor de \$50,706 para el primer año de operaciones y de \$69,515 para el último de mantenerse las tendencias evidenciadas.

#### 4.4.5.1. Cantidad demanda

La cantidad demandada de un producto es la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio dado.

**Tabla 77 Cantidad demandada**

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL DE TUSRIMO EN EL SECTOR DE LA MOCA					
	OFERTA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA INSATISFECHA	DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL	DEMANDA TURÍSTICA DE COBERTURA	FRECUENCIA DE VISITA
2014	1.512	1.920	- 408	- 306	- 275	- 1.102
2015	1.565	1.987	- 422	- 317	- 285	- 1.141
2016	1.618	2.055	- 437	- 328	- 295	- 1.180
2017	1.671	2.122	- 451	- 338	- 305	- 1.218
2018	1.724	2.190	- 466	- 349	- 314	- 1.257
2019	1.778	2.258	- 480	- 360	- 324	- 1.296

Con la implementación del Centro de Información e interpretación Turística El Vallecito se ha estimado generar una cobertura de \$1.102 flujos turísticos y con ello ingresos que se corresponden con los costos operativos y de servicios.

**Tabla 78 Demanda proyectada**

OPCIONES	NIVEL DE ACEPTACIÓN	ANUAL	DEMANDA PROYECTADA				
			2014	2015	2016	2017	2018
		1.102	1.141	1.180	1.218	1.257	1.296
Servicios de guianza	15,40%	170	176	182	188	194	200
Capacitación Técnica	16,70%	184	191	197	203	210	216
Paquete 1	21,40%	236	244	252	261	269	277
Paquete 2	21,98%	242	251	259	268	276	285
Paquete 3	24,52%	270	280	289	299	308	318

En la tabla que se analiza se evidencia la forma como la demanda se comporta frente a la oferta dispuesta por las empresas dedicadas a la actividad turística, y particularmente como se comportarían frente a cada uno de los servicios que se ofrecen a través de El Vallecito. Un dato importante a considerarse es que la demanda registra una tendencia creciente por lo que se presume que el proyecto es viable desde el punto de vista económico y financieros.

#### 4.4.5.2. Cálculo del precio

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.

**Tabla 79 Cálculo del precio**

PRECIOS POR SERVICIOS					
Año	Servicios de Guianza	Capacitación técnica	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
2013	10,50	3,50	45,00	65,00	70,00
2014	10,78	3,59	46,22	66,76	71,89
2015	11,30	3,77	48,44	69,97	75,35
2016	11,85	3,95	50,77	73,33	78,97
2017	12,42	4,14	53,21	76,86	82,77
2018	13,01	4,34	55,77	80,56	86,75

La estimación de los precios en el estudio se lo ha hecho tomando en cuenta los costos del servicio, costos operativos y margen de ganancia. Mientras que para el caso de las proyecciones se lo hace a través de la tasa de inflación, que a la fecha de estudio es de 2,70%.

#### 4.4.6. Estado financieros

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Para el caso de estudio se ha elaborado el estado de resultados, flujo neto de efectivo y punto de equilibrio.

##### 4.4.6.1. Estado de resultados

En contabilidad el Estado de resultados, Estado de rendimiento económico o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

**Tabla 80 Estado de resultados**

CONCEPTO	PROYECCIONES				
	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	50.706,33	54.953,13	59.491,15	64.365,42	69.514,73
(-) Costo de Ventas	38.494,45	40.820,97	43.288,81	45.906,61	48.683,55
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>12.211,88</b>	<b>14.132,16</b>	<b>16.202,35</b>	<b>18.458,81</b>	<b>20.831,18</b>
(-) Gastos Operacionales	3.143,71	3.324,35	3.515,82	3.718,79	3.933,93
Gasto de Administración General	1.376,09	1.458,66	1.546,18	1.638,95	1.737,28
Gasto de Comercialización y Ventas	1.634,52	1.732,59	1.836,55	1.946,74	2.063,54
Amortización Gastos de Constitución	133,10	133,10	133,10	133,10	133,10
<b>Utilidad Operacional / Contable</b>	<b>9.068,17</b>	<b>10.807,81</b>	<b>12.686,52</b>	<b>14.740,02</b>	<b>16.897,25</b>
(-) Gastos Financieros	1.383,67	1.321,66	1.248,49	1.162,15	1.060,27
(-) Participación a la comunidad	500,00	600,00	700,00	800,00	900,00
<b>Utilidad Antes de Participación e impuestos</b>	<b>7.184,50</b>	<b>8.886,15</b>	<b>10.738,04</b>	<b>12.777,88</b>	<b>14.936,98</b>
(-) 15% Participación trabajadires	1.077,67	1.332,92	1.610,71	1.916,68	2.240,55
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>6.106,82</b>	<b>7.553,23</b>	<b>9.127,33</b>	<b>10.861,20</b>	<b>12.696,43</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	1.343,50	1.661,71	2.008,01	2.389,46	2.793,21
<b>Utilidad Neta</b>	<b>4.763,32</b>	<b>5.891,52</b>	<b>7.119,32</b>	<b>8.471,73</b>	<b>9.903,21</b>

Los datos obtenidos evidencia que el proyecto de crear el Centro de Información e Interpretación Turística en el sector de El Vallecito es viable puesto que es capaz de generar recursos financieros suficientes para atender los costos y gastos; y adicionalmente obtener una utilidad para todos los años de estudio.

#### 4.4.6.2. Flujo Neto de Efectivo

Se conoce como flujo de efectivo al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la Contabilidad se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un parámetro de tipo contable que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes.

**Tabla 81 Flujo neto de efectivo**

CONCEPTO	Año Inv.	PROYECCIONES				
		2014	2015	2016	2017	2018
<b>Flujo de efectivo por ventas</b>		50.706,33	54.953,13	59.491,15	64.365,42	69.514,73
Ventas netas		50.706,33	54.953,13	59.491,15	64.365,42	69.514,73
<b>Flujo de efectivo de Producción</b>		35.029,95	37.147,08	39.392,81	41.775,01	44.302,03
(-) Costo de Producción		38.494,45	40.820,97	43.288,81	45.906,61	48.683,55
(+) Depreciación Costo de producción		3.464,50	3.673,89	3.895,99	4.131,59	4.381,52
<b>Flujo de Costos y Gastos Operacionales</b>		3.239,66	3.504,04	3.778,28	4.062,98	4.358,75
(-) Gastos de Administración		1.376,09	1.458,66	1.546,18	1.638,95	1.737,28
(+) Depreciación en Gasto de administración		123,85	131,28	139,16	147,51	156,36
(-) Gasto de Ventas		1.634,52	1.732,59	1.836,55	1.946,74	2.063,54
(+) Depreciación en Gatos de Ventas		147,11	155,93	165,29	175,21	185,72
(-) Amortización de Gastos de Constitución		133,10	133,10	133,10	133,10	133,10
Δ Amortización Acumulada de Gastos de Constitución		133,10	133,10	133,10	133,10	133,10
(-) Participación a la comunidad		500,00	600,00	700,00	800,00	900,00
(-) 15% Participación Trabajadores		1.077,67	1.332,92	1.610,71	1.916,68	2.240,55
Δ 15% Participación trabajadores por pagar		1.077,67	1.332,92	1.610,71	1.916,68	2.240,55
(-) 22% Impuesto a la Renta		1.343,50	1.661,71	2.008,01	2.389,46	2.793,21
Δ 22% Impuesto a la Renta por pagar		1.343,50	1.661,71	2.008,01	2.389,46	2.793,21
<b>FLUJO OPERATIVO</b>		<b>12.436,72</b>	<b>14.302,01</b>	<b>16.320,06</b>	<b>18.527,43</b>	<b>20.853,94</b>
<b>Actividades de Inversión</b>						
<b>FLUJO DE INVERSION</b>	<b>10.103,88</b>					
<b>Actividades de Financiamiento</b>						
Δ Porsión corriente préstamo bancario a L/p						
Δ Préstamo bancario a L/p						
(-) Gastos financieros		1.383,67	1.321,66	1.248,49	1.162,15	1.060,27
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>-</b>	<b>11.053,05</b>	<b>12.980,35</b>	<b>15.071,57</b>	<b>17.365,28</b>	<b>19.793,67</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>-10.103,88</b>	<b>11.053,05</b>	<b>12.980,35</b>	<b>15.071,57</b>	<b>17.365,28</b>	<b>19.793,67</b>

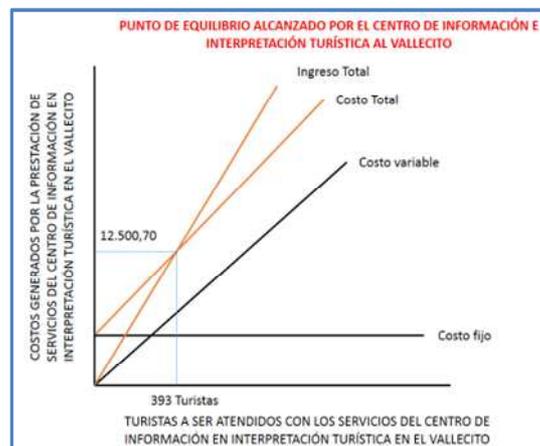
A través de este balance se puede asegurar que la iniciativa de inversión es viable puesto que permite no solo obtener saldos de efectivos positivos, sino que se genera unatendencia creciente para todos los años de estudio. Estos flujos se convierten en la base para la evaluación económica.

#### 4.4.6.3. Punto de Equilibrio

Es aquel nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos.

**Tabla 82 Punto de equilibrio**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	PROYECCIONES				
		2014	2015	2016	2017	2018
Costo tvariable	36.301,09	38.494,45	40.820,97	43.288,81	45.906,61	48.683,55
Costo fijo	2.840,20	3.010,61	3.191,25	3.382,72	3.585,69	3.800,83
Costo total	39.141,29	41.505,06	44.012,22	46.671,53	49.492,29	52.484,38
Ingreso total	-	50.706,33	54.953,13	59.491,15	64.365,42	69.514,73
Punto de equilibrio (\$)		12.500,70	12.409,22	12.420,56	12.503,20	12.683,56
Punto de equilibrio (Ud)		392,65	371,89	355,14	341,10	330,14



En la tabla y gráfico que antecede se puede apreciar el punto donde los ingresos resultan ser iguales a los costos y gastos, estableciéndose así el nivel mínimo de prestación de servicios turísticos y el monto mínimo a generarse para cubrirlos.

#### 4.4.7. Evaluación económica

Este proceso busca demostrar financiera y económica que la iniciativa de reactivar El Vallecito es viable. Para el efecto se diseñarán indicadores de evaluación agrupados dentro de la metodología de relación beneficio/costo.

#### 4.4.7.1. Tasa Mínima de rendimiento Financiero (TMAR)

Se la define como aquella tasa mínima de rendimiento que se debe esperar de una inversión para que esta se aceptada o dada como válida. Para el caso de estudio se lo hace de acuerdo a la siguiente descripción.

**Tabla 83 Tasa mínima de rendimiento financiero**

OPCIONES	MONTO \$	%	TASA DE INTERÉS	COSTOS INCURRIDO	TMAR
CAPITAL PROPIO	2.000,00	20%			
CAPITAL FINANCIADO	8.103,88	80%	16,30%	13,07%	29,37%
TOTAL	10.103,88	100%	16,30%	13,07%	29,37%

Cuando el capital necesario para llevar a cabo un proyecto es aportado totalmente por una persona física, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Para el caso de estudio se ha estimado que la tasa mínima que se deberá esperar de la inversión es de 29,37%. Valor que será comparado con la TIR.

#### 4.4.7.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

Criterio de evaluación.

Si  $VAN > 0$  se acepta el proyecto

Si  $VAN = 0$  el proyecto es indiferente

Si  $VAN < 0$  se rechaza el proyecto

**Tabla 84 Valor actual neto**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)
0			-10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	39.193,75	45.943,00	35.511,91	3.681,84
2	54.953,13	32.832,32	49.061,61	29.312,38	3.519,95
3	59.491,15	27.473,64	52.371,84	24.185,87	3.287,78
4	64.365,42	22.975,82	55.893,68	19.951,76	3.024,06
5	69.514,73	19.180,06	59.611,51	16.447,63	2.732,43
		<b>141.655,59</b>		<b>135.513,42</b>	<b>6.142,17</b>
					<b>VAN</b>

Un VAN de \$6.142,17 manifiesta que la decisión de reactivar el Centro de Información e Interpretación Turística es una alternativa viable, recomendándose que se la ejecute. La tasa de descuento empleada ha sido la TMAR.

**Tabla 85 Valor actual neto**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)
0			-10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	43.599,59	45.943,00	39.503,87	4.095,72
2	54.953,13	40.628,70	49.061,61	36.272,91	4.355,80
3	59.491,15	37.819,28	52.371,84	33.293,44	4.525,84
4	64.365,42	35.183,07	55.893,68	30.552,30	4.630,77
5	69.514,73	32.672,19	59.611,51	28.017,64	4.654,55
		<b>189.902,84</b>		<b>177.744,04</b>	<b>12.158,80</b>
					<b>VAN</b>

Un VAN de \$12.158,80 manifiesta que la decisión de reactivar el Centro de Información e Interpretación Turística es una alternativa viable, recomendándose que se la ejecute. La tasa de descuento empleada ha sido el costo de oportunidad.

#### 4.4.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener

un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Criterio de evaluación.

Si  $TIR > 1$  se acepta el proyecto

Si  $TIR = 1$  el proyecto es indiferente

Si  $TIR < 1$  se rechaza el proyecto

**Tabla 86 Tasa interna de retorno**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS
0			-10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	39.193,75	45.943,00	35.511,91	3.681,84
2	54.953,13	32.832,32	49.061,61	29.312,38	3.519,95
3	59.491,15	27.473,64	52.371,84	24.185,87	3.287,78
4	64.365,42	22.975,82	55.893,68	19.951,76	3.024,06
5	69.514,73	19.180,06	59.611,51	16.447,63	2.732,43
		<b>141.655,59</b>		<b>135.513,42</b>	<b>6.142,17</b>
					<b>19,37%</b>
					<b>TIR</b>

Una TIR de 19,37% manifiesta que la decisión de reactivar el Centro de Información e Interpretación Turística es una alternativa viable, recomendándose que se la ejecute puesto que por cada dólar de inversión se esperarían tener una rentabilidad del 19%. La tasa de descuento empleada ha sido la TMAR.

**Tabla 87 Tasa interna de retorno**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS
0			-10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	43.599,59	45.943,00	39.503,87	4.095,72
2	54.953,13	40.628,70	49.061,61	36.272,91	4.355,80
3	59.491,15	37.819,28	52.371,84	33.293,44	4.525,84
4	64.365,42	35.183,07	55.893,68	30.552,30	4.630,77
5	69.514,73	32.672,19	59.611,51	28.017,64	4.654,55
		<b>189.902,84</b>		<b>177.744,04</b>	<b>12.158,80</b>
					<b>32,79%</b>
					<b>TIR</b>

Una TIR de 32,79% manifiesta que la decisión de reactivar el Centro de Información e Interpretación Turística es una alternativa viable, recomendándose que se la ejecute puesto que por cada dólar de inversión se esperaría tener una rentabilidad del 33%. La tasa de descuento empleada ha sido el costo de oportunidad.

#### 4.4.7.4. Relación beneficio/Costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

**Tabla 88 Relación beneficio costo**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		FLUJOS DESCONTADOS
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	
0			-10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	39.193,75	45.943,00	35.511,91	3.681,84
2	54.953,13	32.832,32	49.061,61	29.312,38	3.519,95
3	59.491,15	27.473,64	52.371,84	24.185,87	3.287,78
4	64.365,42	22.975,82	55.893,68	19.951,76	3.024,06
5	69.514,73	19.180,06	59.611,51	16.447,63	2.732,43
		<b>141.655,59</b>		<b>135.513,42</b>	<b>6.142,17</b>
					<b>VAN</b>

$$\text{Rb/c} = \frac{\text{VAN INGRESOS } 141.655,59}{\text{VAN EGRESOS } 135.513,42}$$

$$\text{Rb/c} = 1,05$$

Una RB/C de 1,05 manifiesta que la decisión de reactivar el Centro de Información e Interpretación Turística es una alternativa viable, recomendándose que se la ejecute puesto que los ingresos actualizados superan a los costos actualizados en ese porcentaje. La tasa de descuento empleada ha sido la TMAR.

**Tabla 89 Relación beneficio costo**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)
0			-10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	43.599,59	45.943,00	39.503,87	4.095,72
2	54.953,13	40.628,70	49.061,61	36.272,91	4.355,80
3	59.491,15	37.819,28	52.371,84	33.293,44	4.525,84
4	64.365,42	35.183,07	55.893,68	30.552,30	4.630,77
5	69.514,73	32.672,19	59.611,51	28.017,64	4.654,55
		<b>189.902,84</b>		<b>177.744,04</b>	<b>12.158,80</b>
					<b>VAN</b>

$$\text{Rb/c} = \frac{\text{VAN INGRESOS } 189.902,84}{\text{VAN EGRESOS } 177.744,04}$$

$$\text{Rb/c} = 1,07$$

Una RB/C de 1,07 manifiesta que la decisión de reactivar el Centro de Información e Interpretación Turística es una alternativa viable, recomendándose que se la ejecute puesto que los ingresos actualizados superan a los costos actualizados en ese porcentaje. La tasa de descuento empleada ha sido el costo de oportunidad.

#### 4.4.7.5. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

**Tabla 90 Periodo de recuperación de la inversión**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		FLUJOS DESCONTADOS
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	
-	-	-	- 10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	39.193,75	45.943,00	35.511,91	3.681,84
2	54.953,13	32.832,32	49.061,61	29.312,38	3.519,95
3	59.491,15	27.473,64	52.371,84	24.185,87	3.287,78
4	64.365,42	22.975,82	55.893,68	19.951,76	3.024,06
5	69.514,73	19.180,06	59.611,51	16.447,63	2.732,43
	<b>299.030,75</b>	<b>141.655,59</b>	<b>252.777,77</b>	<b>115.305,65</b>	<b>6.142,17</b>

-2.902,10  
3.287,78

- 0,8827

AÑOS	MESES	DIAS
<b>2</b>	0,8827*12 10,5923	0,5923*30 17,769
<b>2 años</b>	<b>10 meses</b>	<b>18 días</b>

El tiempo estimado para la recuperación de la inversión es de 2 años, 10 meses y 18 días, recomendándose que la propuesta de reactivar el Centro de Información e interpretación Turística en El Vallecito sea ejecutado puesto que la recuperación se encuentra dentro de los años de la vida útil del proyecto.

**Tabla 91 Periodo de recuperación de la inversión**

AÑOS	FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		FLUJOS DESCONTADOS
	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	FLUJOS NO DESCONTADOS (USD)	FLUJOS DESCONTADOS (USD)	
0	-	-	-10.103,88	-10.103,88	- 10.103,88
1	50.706,33	43.599,59	45.943,00	39.503,87	4.095,72
2	54.953,13	40.628,70	49.061,61	36.272,91	4.355,80
3	59.491,15	37.819,28	52.371,84	33.293,44	4.525,84
4	64.365,42	35.183,07	55.893,68	30.552,30	4.630,77
5	69.514,73	32.672,19	59.611,51	28.017,64	4.654,55
		<b>189.902,84</b>		<b>177.744,04</b>	<b>12.158,80</b>

-1.652,36  
4.525,84

- 0,3651

AÑOS	MESES	DIAS
<b>2</b>	0,3651*12 4,3811	0,3811*30 11,433
<b>2 años</b>	<b>4 meses</b>	<b>12 días</b>

El tiempo estimado para la recuperación de la inversión es de 2 años, 4 mes y 12 días, recomendándose que la propuesta de reactivar el Centro de Información e interpretación Turística en El Vallecito sea ejecutado puesto que la recuperación se encuentra dentro de los años de la vida útil del proyecto.

## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

- Que se efectúe de forma periódica el análisis de nuevos documentos expedidos por organismos gubernamentales sobre las prácticas turísticas a fin de citar con el recurso suficiente para diseñar nuevas propuestas.
- Que el centro de información e interpretación turística el Vallecito diseñe de forma oportuna nuevas estructura metodológicas con los recursos existentes en la zona para diversificar el servicio turístico.
- Con el estudio de mercado se pudo establecer que existe un segmento de mercado insatisfecho en alrededor del 45% del flujo turístico nacional y del 24% del internacional quienes definen servicios a demandar.
- El proyecto es viable de ejecución en vista que, a través de los indicadores de evaluación se pudo conocer que el proyecto es capaz de generar una TIR, VAN, PRI, RB/C y PRI son mayores que cero y uno respectivamente.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- A fin de diseñar estrategias de posicionamiento se recomienda que el Centro de Información e Interpretación Turística El Vallecito efectúe de forma permanente y planificada levantamiento de información a fin de conocer las nuevas necesidades de los turistas.
- Es recomendable que la mano de obra se capacite oportuna y planificadamente a fin de generar eficiencia laboral en temas relacionadas a la actividad turística como guianza, atención al cliente.
- Es necesario que los gestores del proyecto desarrollen nuevas rutas a ser visitadas en el sector.
- Que se maneje como política de servicio el cuidado y preservación medioambiente en todos los procesos y que el centro defina estándares de calidad.

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA

- Gabriel, B. (2011). *Diseño del proyecto de factibilidad*. México: McGraw-Hill.
- MINTUR. (2006). *Visitando el Ecuador*. Recuperado el 26 de Marzo de 2013, de <http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=5&ciudad=vJwjdTWx>
- Morales, J. (2001). *Guía para la interpretación de patrimonio*. Andalucía: TRAGSA.
- Rodríguez Mora, T. H. (2010). *Estrategias y desafíos organizacionales*. México: Prentice-Hall.
- Rojas, S. A. (2010). *Administración y Ciencias sociales*. Monterrey México- : Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Turismo, L. d. (16 de Octubre de 2012). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- Revista virtual. “La Opinión Pública”. Categoría Economía. Obtenido de Universidad de Loja
- Revista Virtual Kóndor Tour. Cascadas en el Cantón Rumiñahui. Información no publicada.
- Dr. Vargas, Mario. (2002). “*Ecología y Biodiversidad del Ecuador*”. Editorial Carrión. Ecuador
- Flores, Jhoana. 2009. *Diagnóstico y evaluación del plan de gestión turística del Gobierno Local del Cantón Rumiñahui*.
- Kotler, P.: “*Marketing para el Turismo*”. U.S.A: Pearson Prentice Hall, 3era Edición. 2000
- Bigné, E.; Font, X. Andreu, L.: “*Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*”. Madrid: Editorial Esisc. 2000. Pp. 302-310.
- PopeJeffrey, “*Investigación de mercados*”, Editorial Norma 2009
- OchoaSetzer Guadalupe, “*Administración financiera*”, Mc Graw Hill, México 2008
- García Colín Juan, “*Contabilidad de Costos*”, segunda edición, México 2011
- <http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=5&ciudad=vJwjd>
- [http://Turismo, L. d. \(16 de Octubre de 2012\). Ministerio de Turismo. Obtenido de Ministeriode Turismo:http://www.turismo.gob.ec/wp.content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf](http://Turismo, L. d. (16 de Octubre de 2012). Ministerio de Turismo. Obtenido de Ministeriode Turismo:http://www.turismo.gob.ec/wp.content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf)
- <http://laotra.com.ec/index.php/category/1061-una-matriz-que-levantara-30-sectores>

[http://MOLAS, Johan. “Reactivación de proyectos turísticos”. Artículo no publicado.](#)

[www.Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.gob.ec.](#)

[http://Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Rumiñahui. Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial. Obtenido de \[www.rumiñahui.com.ec\]\(#\)](#)

[www.wikipedia.com](#)

[www.quito-turismo.gob.ec](#)

[www.Plan de desarrollo del buen vivir \(2009-2013\).com](#)