



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA: MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO
PARA EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA,
EN EL AÑO 2015 - 2019**

AUTOR: QUISHPE PAVÓN, DORIS VANESSA

DIRECTOR: ING. CHIRIBOGA VALAREZO, JAIME

SANGOLQUÍ

2016



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

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICACIÓN:

Certifico que el trabajo de titulación, **“MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO PARA EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA, EN EL AÑO 2015 - 2019”**, realizado por la Srta. **DORIS VANESSA QUISHPE PAVÓN**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti – plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la Srta. **DORIS VANESSA QUISHPE PAVÓN** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 14 de Enero del 2016

Atentamente,



Ing. Jaime Chiriboga
DIRECTOR



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

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **DORIS VANESSA QUISHPE PAVÓN**, con cédula de identidad No 171858186-9, declaro que este trabajo de titulación **“MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO PARA EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA, EN EL AÑO 2015 - 2019”**, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

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

Sangolquí, 14 de Enero del 2016



DORIS VANESSA QUISHPE PAVÓN

C.C:171858186-9



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

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **DORIS VANESSA QUISHPE PAVÓN**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE TURISMO PARA EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA, EN EL AÑO 2015 - 2019”**, cuyo contenido, ideas y criterio son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 14 de Enero del 2016

A handwritten signature in blue ink is located below the date. The signature is stylized and appears to read 'Doris Vanessa Quishpe Pavón'.

DORIS VANESSA QUISHPE PAVÓN

C.C. 171858186-9

DEDICATORIA

Quiero dedicar la presente tesis a Dios, por ser la luz que me guía y cuida en cada paso que doy.

A mis padres que con su apoyo incondicional, cariño, esfuerzo y consejos han logrado hacer de mí una mejor persona y así lograr culminar mi carrera.

A mi hermano menor Daniel para que el cumplimiento de esta meta le sirva de ejemplo en su vida y también de orgullo para su futuro.

A mis amigas que de una u otra manera con sus palabras de apoyo y motivación han contribuido para el logro de mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por sobre toda las cosas, por llenarme de bendiciones y haberme cuidado en el transcurso del camino para alcanzar mi meta.

Agradezco a mi madre Sonia Pavón y a mi padre Daniel Quishpe por su amor, comprensión, protección y sobre todo muchísima paciencia. También por estar siempre pendientes en cada momento de mi vida dándome palabras de aliento para no decaer y en si a toda mi familia.

A mi director de tesis Ing. Jaime Chiriboga por su apoyo total y orientación en la realización del presente trabajo.

Agradezco a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por abrirme sus puertas para formarme profesionalmente y así servir a la Patria.

Agradezco a mis amigas más cercanas por su apoyo moral y amistad sincera.

A mis jefes de la empresa Linksphere Soluciones Cía. Ltda., en la cual sabero que con su comprensión me brindaron su ayuda con permisos en el trabajo durante este proceso.

INDICE DE CONTENIDO

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO	1
1.1. Modelo Comercial.....	1
1.1.1. Caracterización	3
1.2. Modelo comercial turístico	5
1.2.1. Objetivos de un modelo comercial turístico	6
1.2.2. Fases de comercialización turística.....	8
1.3. Turismo.....	9
1.3.1. Tipología de turismo	10
1.4. Naturaleza	11
1.5. Recursos turísticos	12
1.6. Producto turístico	13
1.7. Turismo ecológico.....	15
1.8. Desarrollo sustentable.....	16
1.8.1. Impacto ambiental	17
1.8.1.1. Clasificación de impacto ambiental	18
1.9. Demanda turística.....	19
1.9.1. Factores que influyen en la demanda.	20

CAPÍTULO II.**METODOLOGÍA 22**

2.1.	Enfoque de la Investigación.....	22
2.2.	Tipo de investigación.....	22
2.3.	Método de investigación	23
2.4.	Modalidad básica de la investigación.....	23
2.5.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
2.6.	Procesamiento y análisis de la información.....	24
2.7.	Análisis e interpretación de datos encuesta dirigida a visitantes, turistas y recreacionistas.....	26
2.8	Análisis interpretación de datos encuesta dirigida a los administradores y autoridades del Cantón Cayambe.....	49

CAPÍTULO III.**ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CANTÓN CAYAMBE..... 56**

3.1.	Introducción	56
3.2.	Antecedentes	56
3.3	Análisis Interno	58
3.4.	Análisis Externo Gestión del Cantón Cayambe	61
3.4.1.	Microambiente.....	61
3.4.2.	Macro ambiente	63
3.4.3.	Factores Económicos del Cantón Cayambe.	65
3.4.4.	Factores Políticos.	68
3.4.5.	Factores Sociales.	69
3.4.6.	Factores Tecnológicos.	71
3.4.7.	Factores Ecológicos.	72
3.4.8.	Factores Legales.	74
3.5.	Análisis FODA	74
3.5.1.	Matriz Resumen FODA.....	76
3.5.2.	Matriz FODA.....	78
3.5.3.	Análisis	80

CAPÍTULO IV

DETERMINACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL CANTÓN CAYAMBE..... 81

4.1.	Oferta	81
4.1.1.	Inventario de los atractivos turísticos	87
4.1.2.	Categoría: Sitios Naturales.....	88
4.1.3.	Registro y sistematización de sitios naturales	89
4.1.4.	Inventario de Recursos Culturales	95
4.2.	Demanda y Perfil del Turista.....	103

CAPITULO V.

MODELO ESTRATEGICO DE COMERCIALIZACIÓN TURISTICA..... 105

5.1.	Antecedentes	105
5.2.	Misión	106
5.3.	Visión.....	106
5.4.	Objetivos	107
5.5.	Principios.....	107
5.6.	Políticas	109
5.7.	Estrategias y Acciones.....	111
5.8.	Portafolio turístico.....	114
5.9.	Cadena de valor	116
5.10.	Programas Financieros	120
5.11.	Procedimientos	124
5.12.	Implementación y control	136
5.13.	Evaluación.....	137

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 139

6.1.	Conclusiones	139
6.2.	Recomendaciones.....	140

Bibliografía 141

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	Modelo de Comercialización	4
FIGURA 2	Objetivos y Principios Turísticos	7
FIGURA 3	Recurso Turístico	13
FIGURA 4	Efecto de su entorno.....	18
FIGURA 5	Toma de decisión Paquetes turísticos	21
FIGURA 6	Gusto por conocer los atractivos naturales	26
FIGURA 7	Conoce los atractivos naturales del Cantón Cayambe	27
FIGURA 8	Cuál de los atractivos naturales del Cantón conoce.....	28
FIGURA 9	Hospedaje.....	29
FIGURA 10	Asistir a eventos y actividades culturales del Cantón.....	30
FIGURA 11	Degustar comida típica.....	31
FIGURA 12	Realizar una caminata por los lugares culturales y naturales...31	
FIGURA 13	Pasear por la Hacienda de Guáchala	33
FIGURA 14	Escalar el volcán Cayambe	34
FIGURA 15	Desarrollar actividades como caminata, cabalgata, camping....	35
FIGURA 16	Visitar el proyecto Quitsato	36
FIGURA 17	Tiempo	37
FIGURA 18	Cantidad que estaría dispuesto a gastar.....	38
FIGURA 19	Cuándo viaja por turismo como prefiere hacerlo.....	39
FIGURA 20	Cómo se transporta cuando hace turismo	40
FIGURA 21	Motivación a realizar parte del modelo	41
FIGURA 22	Interés por el turismo ecológico.....	42
FIGURA 23	Se ve atraído por el turismo ecológico.....	43
FIGURA 24	Diga en que rango esta su ingreso mensual	44
FIGURA 25	Género	45
FIGURA 26	Edad	46
FIGURA 27	Nacionalidad	47
FIGURA 28	Primera vez que visita Ecuador.....	48
FIGURA 29	Calificación del turismo en el Cantón Cayambe.....	49
FIGURA 30	Capacidad de instalación del Cantón Cayambe	50
FIGURA 31	Modelo estratégico de comercialización.....	51

FIGURA 32	Promoción del turismo ecológico	52
FIGURA 33	Área para mejorar y fortalecer turismo	53
FIGURA 34	Capacitación y participación de la comunidad.....	54
FIGURA 35	Triángulo de la estrategia	62
FIGURA 36	Actividades de la población de Cayambe.	65
FIGURA 37	Índice de pobreza en Cayambe periodo 2001-2010.....	65
FIGURA 38	Acceso a la escolaridad de los habitantes de Cayambe	66
FIGURA 39	Índice general de pobreza en Ecuador según ingresos.....	66
FIGURA 40	Comparación de pobreza entre parroquias de Cayambe	67
FIGURA 41	Alojamiento.....	82
FIGURA 42	Plato Uchujacu	83
FIGURA 43	Fiesta Inti Raymi	84
FIGURA 44	Fiestas de San Pedro	85
FIGURA 45	Caminatas.....	85
FIGURA 46	Pesca deportiva	86
FIGURA 47	Camping	87
FIGURA 48	Visita a comunidades indígenas.....	87
FIGURA 49	Volcán Cayambe	90
FIGURA 50	Laguna San Marcos.....	91
FIGURA 51	Laguna de Puruhanta.....	92
FIGURA 52	El Volcán Sara – Urcu	93
FIGURA 53	Cascada de Cuchicama.....	94
FIGURA 54	Cascada del Río Cariyacu	94
FIGURA 55	Reserva Ecológica Cayambe - Coca	95
FIGURA 56	Complejo Arqueológico de Puntiatzil.....	98
FIGURA 57	La Iglesia Matriz de Cayambe	99
FIGURA 58	Mapa Turístico de Cayambe	116
FIGURA 59	Cadena de Valor.....	118
FIGURA 60	Procedimiento Acción 1.....	124
FIGURA 61	Procedimiento Acción 2.....	125
FIGURA 62	Procedimiento Acción 3.....	126
FIGURA 63	Procedimiento Acción 4.....	127
FIGURA 64	Procedimiento Acción 5.....	128
FIGURA 65	Procedimiento Acción 6.....	129

FIGURA 66	Procedimiento Acción 7.....	130
FIGURA 67	Procedimiento Acción 8.....	131
FIGURA 68	Procedimiento Acción 9.....	132
FIGURA 69	Procedimiento Acción 10.....	133
FIGURA 70	Procedimiento Acción 11.....	134
FIGURA 71	Procedimiento Acción 12.....	135

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	Gusto por conocer los atractivos naturales	26
TABLA 2	Conoce los atractivos del Cantón Cayambe.....	27
TABLA 3	Cuál de los atractivos naturales del Cantón Cayambe conoce..	28
TABLA 4	Hospedaje.....	29
TABLA 5	Asistir a eventos y actividades culturales del Cantón.....	30
TABLA 6	Degustar comida típica.....	31
TABLA 7	Realizar una caminata por los lugares culturales y naturales....	32
TABLA 8	Pasear por la Hacienda de Guáchala	33
TABLA 9	Escalar el volcán Cayambe	34
TABLA 10	Desarrollar actividades como caminata, cabalgata,	35
TABLA 11	Visitar el proyecto Quitsato	36
TABLA 12	Tiempo	37
TABLA 13	Cantidad que estaría dispuesto a gastar.....	38
TABLA 14	Cuándo viaja por turismo como prefiere hacerlo.....	39
TABLA 15	Cómo se trasporta cuando hace turismo	40
TABLA 16	Motivación a realizar parte del modelo.....	41
TABLA 17	Que tan Interesante es para usted el turismo ecológico	42
TABLA 18	Se ve atraído por el turismo ecológico.....	43
TABLA 19	Diga en que rango esta su ingreso mensual	44
TABLA 20	Género	45
TABLA 21	Edad	46
TABLA 22	Nacionalidad	47
TABLA 23	Primera vez que visita Ecuador.....	48
TABLA 24	Calificación del turismo en el Cantón Cayambe.....	49
TABLA 25	Capacidad de instalación en relación.....	50
TABLA 26	Modelo estratégico de comercialización.....	51
TABLA 27	Promoción del turismo ecológico.....	52
TABLA 28	Área para mejorar y fortalecer turismo	53
TABLA 29	Capacitación y participación de la comunidad.....	54
TABLA 30	Total Asignado a GAD años 2011 y 2012.	60
TABLA 31	Situación Económica y Social Cayambe.....	70

TABLA 32	Programas sociales y beneficiarios	71
TABLA 33	Rutas turísticas del Municipio Cayambe.....	73
TABLA 34	Matriz Resumen FODA	76
TABLA 35	Matriz FODA	78
TABLA 36	Análisis	80
TABLA 37	Ejes políticas	109
TABLA 38	Portafolio turístico.....	114
TABLA 39	Presupuesto.....	122

RESUMEN

La presente investigación desarrolla un modelo de comercialización de turismo para el Cantón Cayambe Provincia de Pichincha, en el año 2015 – 2019. Este modelo permitirá una reactivación de la economía del lugar y por ende el fortalecimiento del sector en el ámbito social, económico, cultural y político. Para alcanzar los objetivos planteados en la presente investigación se utilizó un estudio cuantitativo y cualitativo con la técnica del cuestionario estructurado, con su herramienta, la encuesta, a la vez se utilizó: la observación, tabulación, análisis de resultados e interpretación de datos. Se investigó en fuentes de internet para realizar la oferta detalladamente de sus atractivos turísticos, ecológicos, culturales y hosterías, así como los biscochos y queso de hoja propios del lugar. Se determinó como resultado que la atención al cliente y lineamientos de nuevas estrategias permitirán que el turista tanto nacional como internacional regrese al lugar que visita, finalmente se delinea las estrategias de acuerdo a las fortalezas, oportunidades y amenazas encontradas en el sector. Se utilizó además el uso de la bibliografía correspondiente con el fin de potencializar el turismo en el Cantón Cayambe, finalmente se entablaron estrategias y acciones de comercialización para los productos existentes y atractivos ecológicos en el Cantón, consiguiendo que los habitantes reciban mayores ingresos per cápita a partir de la promoción de sus recursos desarrollado un avance sustentable en las familias que habitan dicho lugar y la población de este Cantón tenga mejor calidad de vida.

PALABRAS CLAVE:

- **MODELO DE COMERCIALIZACIÓN**
- **ECONOMÍA**
- **TURISMO**
- **CAYAMBE**

ABSTRACT

This research develops a model of tourism marketing for the Canton Cayambe Pichincha Province, in 2015 - 2019. This model will allow a revival of the local economy and thus strengthening the sector in social, economic, and cultural environment political. A quantitative and qualitative study of the technique of structured questionnaire was used, with the tool to achieve the goals outlined in this research survey, while it was used: observation, tabulation, analysis and interpretation of data results. We investigate in internet sources for the supply of its attractions in detail, ecological, finding attractive as essential Cayambe volcano, followed by waterfalls and inns as well as biscuits and cheese leaf own place. Was determined as a result that the customer, treatment guidelines and new strategies will allow both national and international tourists back to the place you visit, finally strategies according to the strengths, opportunities and threats found in the sector is outlined. The use of relevant and selected bibliography in order to potentiate tourism in Canton Cayambe is also used finally marketing strategies and actions for existing products and ecological attractions in Canton is engaged, getting older residents receive income per capita from promoting their resources developed a sustainable advance in families that inhabit this place and the people of this Canton have better quality of life. Finally, conclusions and recommendations are developed, together with the bibliography and appendices.

KEYWORDS:

- **MARKETING MODEL**
- **ECONOMY**
- **TOURISM**
- **CAYAMBE**

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Modelo Comercial

Definición

Para abordar que es un modelo comercial es necesario partir de la conceptualización del término modelo, siendo este un término usado en distintos aspectos, cabe recalcar que en el ámbito de la economía así como en el de la política esta palabra refiere al proceso llevado a cabo o patrón de gestión de una determinada actividad relacionada estrechamente con la producción y la economía. En este sentido un modelo alude a un modo de desarrollo dentro de la organización de las sociedades.

Así un modelo representa de manera general lo que se pretende alcanzar en una realidad dentro del ámbito de la actividad económica, entendido como el motor de la sociedad.

Un modelo es una representación simplificada de la realidad que se utiliza para entender mejor situaciones de la vida real. (...) para un economista un modelo económico es una herramienta que permite analizar el efecto que se produce cuando cambia una sola de las variables analizadas. Es decir, un molde permite mantener todo constante y estudiar como un cambio de una sola variable afecta al resto del conjunto de la economía. (Krugman, Olney, & Wells, 2008, pág. 21)

Entendida la definición del término modelo en el ámbito de la economía se puede asociar con aquello que comprende una comercialización dentro de un sector determinado.

El reto de la comercialización consiste en generar ingresos y utilidades empresariales mediante el diseño de productos o servicios que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes como resultado de un proceso sistemático de agregación de valor. Enfrentar este reto presupone la aplicación de enfoques, métodos y técnicas de forma consecuente. (...) se concibe la comercialización como un proceso de diseño y ejecución de estrategias y tácticas empresariales asociadas a la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de bienes y servicios que satisfacen los objetivos de los clientes y de las empresas a partir del intercambio que se genera entre ellos. (Castillo & Guerra, 2011, pág. 68)

Un modelo comercial consiste en establecer una forma o parámetro de producir alguna actividad comercial con la finalidad de transmitir activos consentidos en compras o ventas de un producto. Según Castelló, Enrique el factor principal y al que de ninguna forma se puede descuidar, es el cliente y sus necesidades que esperan ser satisfechas mediante la adquisición de un bien (suvenir) o servicio (guía turístico).

El modelo de gestión avanzada de clientes hay que plantearlo como una evolución de los modelos actuales. Un pasado preciso en el desarrollo del modelos cuya clave reside en el conocimiento de los clientes a través de la inteligencia de negocio se represente en estas dos etapas: el pasado, mediante la secuencia: CRM, sistemas, mejoras operativas y el presente / futuro configurado así: Gestión avanzada de clientes, inteligencias de negocio, eficacia comercial e incremento de ingresos. (...) En la gestión avanzada de clientes resulta clave el conocimiento exhaustivo del cliente y la planificación comercial como eje con el que ordenar dicho conocimiento. (Castelló, p. 110).

Un modelo comercial en este sentido es la planificación de todos aquellos insumos y elementos indispensable, para mejorar y fortalecer un determinado negocio o actividad económica con la finalidad de alcanzar resultados satisfactorios.

De esta forma, el modelo comercial que aquí se definirá obedece a la identificación de los insumos necesarios, la serie de actividades y las salidas o entregables que ayudarán a obtener el resultado comercial esperado en términos de resultados de productividad, diferenciación ante el cliente y sostenibilidad en el negocio. (Peluffo, 2009, p. 11)

1.1.1. Caracterización

De acuerdo a la definición a la que responde un modelo de comercialización determina que es un proceso que permite al consumidor disponer de un producto, bien o servicio en el tiempo, lugar y espacio adecuado. Por tanto, conforme a estudios realizados sobre modelos de comercialización definen como características principales ciertas particularidades como:

- En primer lugar debe estar orientado hacia un público objetivo, es decir un modelo de comercialización debe dirigirse a satisfacer las necesidades de un público consumidor específico acorde a la actividad que desarrolle.
- Como segundo punto el modelo de comercialización es la forma en la que se desarrollará una actividad económica, orientado a mejorar los beneficios tanto de los impulsores como de los consumidores.
- Un modelo de comercialización plantea cambios estructurales, entre otros.

Un modelo de comercialización es la forma sistemática de hacer las cosas. La comercialización al igual que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización. (Revista de Ciencias Sociales, 2005, p. 108)

De acuerdo a otro estudio elaborado por Grupo Append (2011) específica que las funciones propias de un modelo comercial están orientados a mejorar y

diagnosticar el entorno en el cual se aplicará el modelo de comercialización, por tanto estas funciones son:

Cuantificar el número de visitantes a las zonas comerciales

Características de las personas que visitan la zona

Hábitos básicos en relación al comercio a emprender

Actividades de las personas visitantes

Análisis de la movilidad de los visitantes

Determinar los puntos calientes y fríos de acceso a las distintas zonas comerciales.

Evaluar los ingresos aproximados de los consumidores (Append, 2011, p. 4).

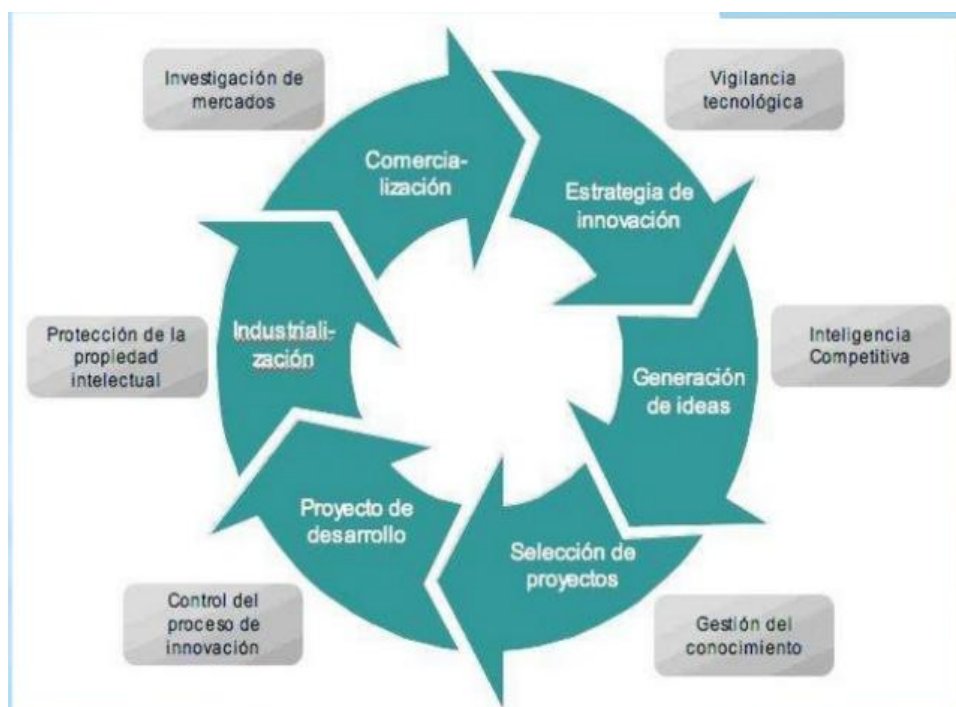


Figura 1 Modelo de comercialización

Fuente: (Vera, 2011)

De tal manera que la característica fundamental de un modelo comercial radica en la capacidad de comercialización puesto que este término refiere a los mecanismos por los cuales una institución empresarial pretende ofrecer un bien o servicio innovador que sea capaz de cubrir los requerimientos y necesidades de los clientes.

De forma general Kotler & Armstrong (2003) indican que la comercialización se refiere a la introducción de un producto nuevo, al mercado mientras que la Real Academia Española indica que la comercialización es la acción y efecto de comercializar. Y de acuerdo a esta misma, comercializar es dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta o poner a la venta un producto. (Aceves, 2014, pág. 51).

1.2. Modelo comercial turístico

Un modelo comercial turístico consiste en la planificación de un proceso destinado a fomentar y fortalecer el turismo en una zona determinada, para la cual es necesario establecer una investigación situacional previa para especificar como se encuentra el mercado turístico y cuáles son los recursos disponibles para ser aprovechados por tanto diseñar un modelo de comercialización turística.

Un modelo comercial turístico tiene como objetivo iniciar o reactivar actividades relacionadas a la prestación de servicios turísticos, para evidenciar beneficios rentables tanto para el consumidor como para el propietario o para quien impulsa el proyecto turístico. García, establece la importancia de un modelo de comercialización turística:

Es generalizada la queja de los productores turísticos respecto a los bajos rendimientos de sus negocios. En nuestra experiencia, hemos comprobado que son realmente pocos los establecimientos que acometen un plan de comercialización y viabilidad de negocio completo y bien desarrollado antes de entrar de lleno en el desarrollo de sus negocios. Los márgenes de beneficios no son suficientes para llegar a plantear una verdadera reinversión en turismo que se encamine a generar productos maduros verdaderamente integrados con el desarrollo del territorio. (García, 2008, p. 407).

En base a las funciones correspondientes a un modelo comercial se puede establecer los principios con los cuales se rige todo modelo de comercialización

turística, entre ellos se destaca cuatro principios que guían la gestión de la misma para alcanzar resultados óptimos.

1. **Modernizar y adaptar las estructuras comerciales a la realidad de la ciudad.** Esta modernización implica una mejora de la imagen comercial de la ciudad, con el objetivo de hacer un entorno comercial más atractivo y confortable, promoviendo la permanencia prolongada en la ciudad y la realización de compras y de ocio, con el objetivo de aumentar la retención de gasto.
2. **Mejorar y complementar la oferta comercial y de ocio,** con el objetivo de poner a disposición del comprador una oferta amplia y variada capaz de satisfacer sus necesidades de compra y de tiempo libre.
3. **Dar a conocer la faceta comercial de esta ciudad, mediante acciones de promoción y comunicación.** El objetivo que se plantea consiste en poner en conocimiento de los compradores potenciales.
4. **Aprovechar la estructura organizacional de la actividad turística** para posicionar el comercio fuera del sub área comercial. El turismo es un elemento dinamizador de las ciudades y por tanto beneficioso para la actividad comercial (Plan de Acción, 2004, p. 199).

1.2.1. Objetivos de un modelo comercial turístico

Dentro de los objetivos básicos que establece un modelo comercial turístico es alcanzar un desarrollo del sector turístico de manera responsable y sostenible, con la finalidad de convertirse en un sector económico de relevancia para un determinado sector, incorporar la participación de los habitantes y las entidades respectivas dentro del campo turístico, alcanzando los mejores beneficios.

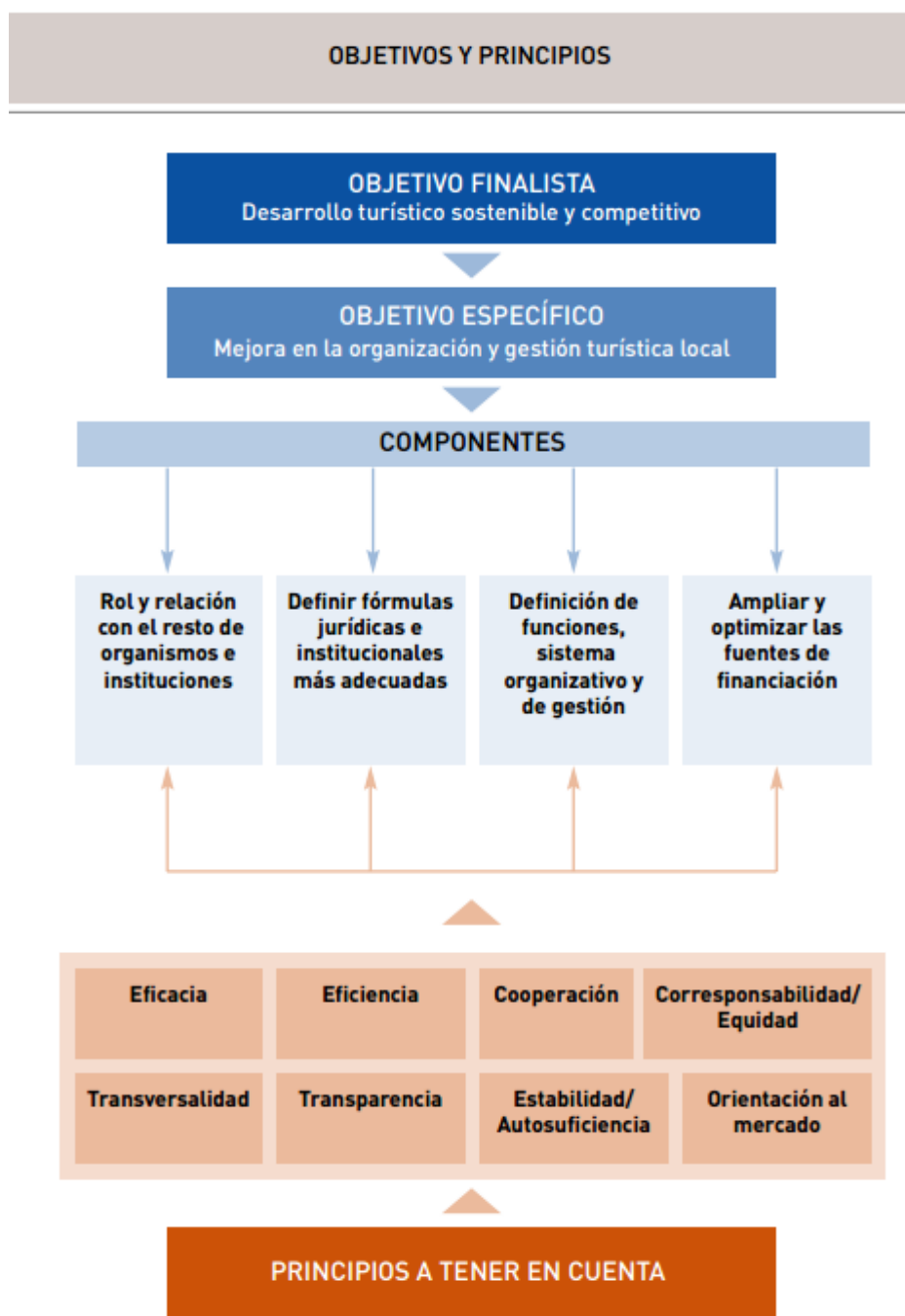


Figura 2 Objetivos y Principios Turísticos

Fuente: (ROS Development & Planning S. L., 2008, pág. 29)

El diseño de nuevos modelos de comercialización turística apunta a la generación de instrumentos de gestión que permitan fortalecer aquellos lugares y zonas desde la actividad turística responsable. Por lo que todo modelo de comercialización no tradicional se enfoca en un trabajo basado en principios tales como:

- **Eficacia:** con la finalidad de alcanzar en su totalidad los objetivos planteados para el desarrollo de actividades turísticas.
- **Eficiencia:** entendida como aquella característica que busca alcanzar la optimización tanto del uso como la gestión de los recursos naturales y financieros.
- **Cooperación:** un principio encaminado a establecer alianzas así como el involucramiento y participación activa de los habitantes, las autoridades y sectores privados con la finalidad de alcanzar éxito.

1.2.2. Fases de comercialización turística

De acuerdo a un estudio realizado por Benavidez (2007) se especifica que las fases para una comercialización turística comprende una serie de actividades que inician en un levantamiento de información con el fin de analizar la situación o estado en el que se encuentra el sector donde se emprenderá un nuevo modelo de comercialización turística. Esta fase es el precedente o instrumento para definir cuál será el producto turístico a ofertar, esta etapa implica la preparación de la empresa y el producto. Una vez definidos estas dos primeras fases se procede a realizar un análisis y estudio para establecer estrategias turísticas para promocionar y difundir la actividad turística.

Por otro lado, una cuarta fase corresponde a la implementación de las acciones establecidas previamente a fin de dar paso a la ejecución y gestión del moldeo de comercialización turística.

Fases de la comercialización turística:

1ª Fase: Acopio de los Requerimientos de Información (...)

2ª Fase: Preparación de la empresa y del producto turístico que se va a ofertar (...)

3ª Fase: Elaboración del plan de marketing (...)

4ª Fase: Implementación de las acciones (...) (Benavidez, 2007, págs. 35 - 39)

1.3.Turismo

Definición

En cuanto a la definición de turismo existen varias concepciones entre ellas se realizará un acercamiento a su etimología, Cabarcos, Noelia (2006) señala:

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al " turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico. o sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un " tour " a determinado destino.

Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos. (Cabarcos, 2006, p. 2).

El turismo se considera una de las actividades recreativas con mayor inversión individual y grupal. Una actividad recreativa distractora de la rutina diaria del trabajo o en algunos casos es motivo de reuniones familiares. Por ello es visto como una industria de ocio, la cual debe presentar propuestas prometedoras a sus clientes, por ser un campo competitivo.

Los clientes representan la cuantificación del consumo y tras estrategia que promueve este hábito hay análisis psicológicos que a partir del comportamiento de los visitantes se concluyen los arquetipos turísticos. Este campo turístico se limita para obtener mayor éxito a las comunidades, es el encanto de ser partícipes de un intercambio cultural de visitar sitios nuevos con personas, vestimentas y costumbres nuevas.

En este sentido el turismo comunitario se entendería mejor desde la economía social y las economías populares (formas organizativas) que desde el sector

turístico tal cual (objeto de la actividad), ya que su elemento definitorio es su organización comunitaria. No obstante, el turismo comunitario presenta una cierta ventaja en cuanto a la venta de sus productos. Si bien sus productos son tan variados como el propio mercado turístico (naturaleza, arqueología, la propia comunidad, vivencias, la cultura de forma general) para algunos sectores de mercado el acceso a esos productos adquiere un plus si son ofertados desde sus depositarios. Es más, la fuerza de lo comunitario, para el caso del Ecuador y otros países andinos, reside en factores extra-turismo, que no son otros que la vitalidad de culturas ancestrales, asentado en espacios de enorme diversidad natural, con lenguas, visiones, sociedades y conocimientos diferentes que colocan parte de todo ello en la llamada “industria de las experiencias”. (Ballesteros, 2007, p. 15).

En este sentido para que sea posible el turismo se requiere de clientes o consumidores, que complementen la actividad. Es precisamente en este momento en el que se destaca la figura del turista, considerado como aquella persona visitante que realiza o es participe del turismo y se aloja en un lugar determinado.

Se denomina turista o visitante que pernocta a aquellas persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando este concepto del correspondiente al visitante de día o excursionista, cuya estancia es inferior a este tiempo. (Cabarcos, 2006, p. 2)

1.3.1. Tipología de turismo

Se puede clasificar al turismo como una actividad vista desde tres aristas desde un enfoque relacionado al país, definiendo así un turismo interno entendido como aquella actividad que involucra a los habitantes de la misma zona, por un lapso de tiempo no mayor a un año.

El **turismo interno** comprende a los residentes de la misma zona que viajan a un lugar distinto de su residencia habitual por un periodo de tiempo no superior a un año. Este tipo de turismo origina notables beneficios

económicos dentro de nuestro país, ya que es un tipo de turismo bastante frecuente. (Novás, 2010, pág. 4)

El turismo receptor por su parte comprende a los residentes así como aquellas personas externas a un determinado país o región, de igual manera el tiempo de estadío no es superior a un año. Finalmente el turismo denominado emisor es aquel que se caracteriza por que los residentes de un país determinado se dirigen a otro lugar distinto del origen.

El **turismo receptor** incluye a los no residentes en un determinado país o región que viajan a otro país que no es el suyo, por un periodo no superior al año. Este tipo de turismo produce una entrada de riqueza procedente del exterior, por lo cual es muy importante desde el punto de vista económico.

El **turismo emisor**, engloba a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riqueza desde el punto de vista económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de las fronteras. (Novás, 2010, pág. 4)

1.4.Naturaleza

Se habla de naturaleza a todo un conjunto de componentes que configuran el espacio natural existente en el mundo sin la intervención de la mano del ser humano, la naturaleza en su concepto más amplio se refiere a todo el universo material biótico y abiótico que permite la vida. Por lo tanto se entiende como naturaleza el espacio y la forma en la cual existe todo tipo de materia viva y no viva, tales como seres humanos, animales, plantas, ríos, montañas, sol, entre otros.

Conocer la naturaleza significa inventariar los objetos animados e inanimados que la componen, y descubrir las leyes que regulan los procesos individuales y colectivos que ocurren en su seno. La naturaleza toma forma en ignotas unidades y misteriosos fenómenos de índole diversa, cuyos secretos el hombre quiere desvelar, poseer, y controlar utilizando la observación y la

descripción como instrumentos básicos para construir un saber. (Galera, 2005, p. 2).

1.5. Recursos turísticos

Cuando se hace referencia a los recursos turísticos se remite a los componentes propios que posibilitan la presencia de la actividad turística y su desarrollo, por tanto los recursos turísticos se convierten en el motor o causa por la cual los individuos (turistas específicamente) se desplazan a diferentes sitios con la finalidad de disfrutar y conocer distintos espacios.

La razón de ser del desplazamiento turístico y sin los cuales no existiría el producto. Pueden ser naturales (clima, paisaje, playas, montañas, etc.), histórico– patrimoniales (monumentos, museos, conjuntos urbanos, etc.) o intangibles (folklore, eventos, festivales musicales, estilos de vida, etc.). Como se puede ver la mayor parte de los recursos tiene carácter de bienes públicos, en su mayor parte bajo directa responsabilidad local. (ROS Development & Planning S. L., 2008, p. 2).

Los recursos turísticos por tanto hacen alusión a todo elemento natural por consiguiente se incluye las actividades del ser humano que inflencie a demás personas a viajar y conocer dichas actividades y parajes naturales. Es necesario recalcar la formación de un producto turístico, así se establece que a partir de recursos turísticos más infraestructura y equipamiento de servicios nos genera un producto.

Que son la razón de ser del desplazamiento turístico y sin los cuales no existiría el producto. Pueden ser naturales (clima, paisaje, playas, montañas, etc.), histórico– patrimoniales (monumentos, museos, conjuntos urbanos, etc.) o intangibles (folklore, eventos, festivales musicales, estilos de vida, etc.). Como se puede ver la mayor parte de los recursos tiene carácter de bienes públicos, en su mayor parte bajo directa responsabilidad local. (ROS Development & Planning S. L., 2008, p. 12).

Los recursos turísticos son el motivo por el cual los turistas se desplazan a diferentes sitios, pueden ser naturales, históricos, intangibles, llegando a convertirse en una responsabilidad social.

Recurso turístico	Conjunto de atractivos del territorio.
	Los atractivos y elementos necesarios para disfrutar de un destino turístico capaz de atraer turistas, motivando y determinando su elección.
	Los atractivos turísticos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico.
	Todos los bienes y servicios que, por medio de la actividad del ser humano y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.
	Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona.

Figura 3 Recurso Turístico
Fuente: Martínez, et. al. (s.a) (p.4)

1.6.Producto turístico

El producto turístico representa un conjunto de elementos y factores que configuran un bien o servicio a obtener mediante la oferta turística de un determinado espacio. De tal manera que un producto es la composición de componentes tangibles e intangibles, como recursos naturales, equipamiento, infraestructura, servicios.

El concepto “DESTINO TURISTICO ha sido sustituido por el concepto de PRODUCTO TURISTICO” por considerarlo más adecuado a los efectos de la actual concepción del marketing. La idea de destino o centro turístico manejada hasta el presente en las acciones promocionales que en otras actividades se denomina “MARCA” debió dar lugar a la idea de productos como respuesta a las MOTIVACIONES DEL TURISTA. Podemos definir al PRODUCTO TURISTICO como la integración de los recursos naturales y/o

culturales con los respectivos servicios, en una unidad que justifique un desplazamiento turístico. (Barbieri & Papis, 2003, pág. 8).

Por otro lado un producto turístico se constituye bajo la confluencia de sectores tanto públicos como privados, de tal manera que haciendo uso de los recursos naturales de un sector determinado se puede generar un producto u oferta turística, que incentive o influya a los turistas a visitar o consumir este servicio.

Dentro de la estructura que conforma un producto turístico en relación a los servicios y bienes privados se subdividen en productos básicos y complementarios como consecuencia del grado de influencia o participación en cuanto al sector turístico. Mientras que los bienes y servicios de provisión pública se distinguen infraestructuras de carácter general y servicios locales.

LOS BIENES Y SERVICIOS DE PROVISIÓN PRIVADA:

Productos básicos o característicos, calificados generalmente como “turísticos” dado que son necesarios y están estrechamente vinculados al desempeño de esta actividad: alojamiento, gastronomía, transporte turístico, tour operadores y agencias de viaje, servicios recreativos turísticos, etc.

Productos complementarios, son aquellos que están orientados preferentemente a la población local, pero que los turistas también consumen en cantidades significativas: comercio, espectáculos, etc.

LOS BIENES Y SERVICIOS DE PROVISIÓN PÚBLICA:

Bienes públicos e infraestructuras de carácter general, imprescindibles para un desarrollo turístico competitivo (carreteras, aeropuertos, energía, sanidad, seguridad, etc.)

Los servicios públicos locales, ordenación urbana, medio ambiente local, agua y saneamiento, seguridad ciudadana, recogida y tratamiento de residuos, información y atención al turista, los cuales son proveídos en exclusiva por la administración local. (ROS Development & Planning S. L., 2008, pág. 12)

1.7. Turismo ecológico

El turismo ecológico se encuentra catalogado como un turismo alternativo que propicia la aventura y el deleite de parajes naturales, con sentido de responsabilidad, sustentabilidad y preservación, con el objetivo de apreciar y valorar la naturaleza y los recursos que ella provee.

El turismo ecológico precisa la intervención y participación de la comunidad y habitantes de la zona donde se desarrolle el turismo, pues esto resalta el valor natural de cada lugar.

Turismo ecológico alternativas de desarrollo y conservación de los recursos naturales, esta actividad llamada también “ecoturismo” se realiza en regiones que cuentan con escenarios naturales que resultan atractivos para la población y bajo un programa de manejo estricto que no permita la degradación de los recursos naturales y que a la vez contribuya al desarrollo de las comunidades cercanas. (Sánchez, 2011, p. 84).

Cabe destacar que un turismo ecológico busca armonizar con la naturaleza, por lo que la diferencia entre el turismo convencional es abismal, entre las características que resaltan la actividad turística específicamente el ecoturismo de acuerdo a Vanegas (2006) establece:

- Respeto hacia el entorno donde se localiza. Poca modificación del paisaje.
- Destinado a segmentos de demanda específicos y reducidos
- Acentúa el interés por espacios mejor conservados. Muy ligado a la naturaleza.
- Promueve otra clase de atractivos, más específicos (culturales, históricos, naturales) y más diferenciados. (Vanegas, 2006, p. 9).

1.8.Desarrollo sustentable

Al hablar sobre turismo específicamente de ecoturismo se alude a un desarrollo sustentable encaminado a conservar y preservar las áreas naturales en las cuales se ejecuta la actividad turística, procurando mantener todas las medidas apropiadas que generen el mínimo impacto ambiental.

Desarrollo sustentable. proceso que define al ambiente como un conjunto de recursos comunes, cuyo manejo demanda modificar y construir nuevas formas de organización social, estructuras de precios relativos, mercados, esquemas regulatorios y políticas públicas, integrando un conjunto de principios orientadores para hacer frente al desafío de diseñar un futuro más racional, estable y equitativo. Es decir, satisfacer las necesidades del presente sin menoscabo de la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. (Sánchez, 2011, p. 91).

En cuanto al ámbito turístico se requiere que este desarrollo sustentable armonice con la base productiva de recursos que lo posibilita mediante estrategias de desarrollo económico para preservar los recursos ambientales y naturales.

Un proceso que pretende la satisfacción de las necesidades actuales permanentemente, sin comprometer la satisfacción de las necesidades futuras de las actuales generaciones y de las que vendrán, es decir, que no agota ni desperdicia los recursos naturales y no lesiona innecesariamente al ambiente ni a los seres humanos. (Larrea, 2006).

Conforme a lo anterior se deduce que el desarrollo sustentable consiste en un proceso sostenible que prioriza el fortalecimiento de actividades con miras a un desarrollo perdurable, cuyos efectos colaterales sean los más óptimos en cuanto al impacto socioeconómico y ambiental se refiere.

Un desarrollo sustentable se construye en base a proyecciones futuras, por lo que no solo se enfoca en la satisfacción del momento, al contrario se articula el presente y el futuro.

1.8.1. Impacto ambiental

El impacto ambiental son los efectos ocasionados a raíz de una actividad humana sobre la naturaleza o medio ambiente en el que se encuentre, este término también se lo usa para designar los efectos y consecuencias de todo fenómeno natural ocurrido en un espacio determinado. De manera más general el impacto ambiental es el desequilibrio y alteración de los patrones naturales y lineamiento base bajo los cuales se maneja un determinado lugar, zona, ecosistema o ambiente.

Instituto Tecnológico de Durango (2006) establece:

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. Técnicamente es la alteración de los procesos naturales, debidos a la acción antrópica (humana). La frase impacto ambiental se utiliza en dos campos diferentes, aunque relacionados entre ellos: el ámbito científico – técnico y el jurídico administrativo. El primero ha motivado el desarrollo de metodologías para identificar y valorar los aspectos ambientales, incluidas en el proceso que se conoce como evaluación del impacto ambiental (EIA), el segundo ha producido toda una serie de normas y leyes que obligan a la declaración del impacto ambiental y ofrece la oportunidad, casi nunca aprovechada, de que un determinado proyecto pueda ser modificado o rechazado debido a sus consecuencias ambientales. (Austermuhle, 2015, p. 294).

Cuando se habla de impacto ambiental es necesario determinar la clasificación de éste, puesto que no siempre los efectos colaterales sobre la naturaleza son los mismos. Es decir, que el impacto ambiental surge de diversas vertientes determinadas por tipos de impactos, por tanto deben ser analizados desde diferentes consideraciones.



Figura 4 Efecto de su entorno

Fuente: (Gómez, 2013)

1.8.1.1. Clasificación de impacto ambiental

La clasificación de un impacto ambiental depende mucho sobre el lugar en el cual se produce los efectos provocados. Por tanto se identifican una serie de sectores tales como: ambiente biológico, ambiente socioeconómico y cultural, impacto sobre ambiente escénico, entre otros.

- **Ambiente Biológico:**

Impacto sobre la flora y la fauna.

- **Ambiente socioeconómico y cultural:**

Alteraciones sobre áreas adyacentes de importancia actual o potencial, turística recreacional.

- **Impacto sobre el ambiente escénico o paisaje:**

Cambios en los valores naturales del paisaje

Afecciones estéticas por deforestación, entre otros.

- **Impactos sobre infraestructuras**

Problemas relacionados con infraestructuras (ICCA, 2002, p. 251).

1.9.Demanda turística

La demanda turística se refiere a un grupo específico de consumidores que pretenden o desean servicios relacionados al turismo, es decir, la demanda turística es el porcentaje de consumidores, personas potenciales de un servicio turístico. Por tanto es el resultado de las decisiones individuales sobre el consumo de servicios y capacidad turística de un determinado sector o lugar.

La definición de demanda turística varía según los intereses (...) se considera como el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual. Esta definición es matizada y ampliada por otros autores distinguiéndose así entre:

- La demanda efectiva. Es el número de personas que efectivamente viajan (se contabiliza en las estadísticas).
- La demanda no efectiva. Es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo se incluye la llamada demanda potencial (son aquellos que viajarán en el futuro, cuando experimentan un cambio en sus circunstancias personales) y la demanda diferida (son aquellos que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta).
- La no demanda. Está integrada por un grupo de gente que presenta aversión a los viajes o que simplemente no quieren viajar. (Gómez B. , 2002, p. 15)

De allí que al hablar de demanda turística relacionamos dos factores, la cantidad de bienes y servicios dedicados al turismo y el número de personas que hacen uso de estos bienes, por lo que se determina que la demanda turística abarca a todos quienes son partícipes del turismo por tanto representan un factor económico.

1.9.1. Factores que influyen en la demanda.

Dentro de los factores que se involucran en la toma de decisiones en hacer uso de un producto turístico ofertado por un determinado sector, se caracteriza por tomar en cuenta criterios relacionados al lugar de destino, capacidad de alojamientos, vías de acceso, condición económica, duración, tiempo, atractivos, entre otros.

El consumidor tiene que considerar una serie de cuestiones básicas: elección del destino turístico

- Medio de alojamiento a utilizar: hoteles, apartamentos, casas de familiares.
- Medio de transporte para el desplazamiento: coche, avión, tren, barco.
- Características del grupo de viajes: solo/a, familia, amigos, pareja.
- Duración del viaje o estancia.
- Tiempo y fechas del viaje
- Cambio de moneda y seguros de viaje
- Gastos efectuados en el viaje y su distribución (alojamiento, transporte, comidas).
- Actividades realizadas durante la visita (deporte, cultura, excursiones).
(Bigné, Font, & Andreu, 2000, pág. 229)

A continuación en el gráfico se puede evidenciar los elementos y factores que intervienen en la toma de decisión de un turista, mismos que inciden en la compra o rechazo de un producto turístico.

Figura 4.5. El proceso de toma de decisión de paquetes turísticos

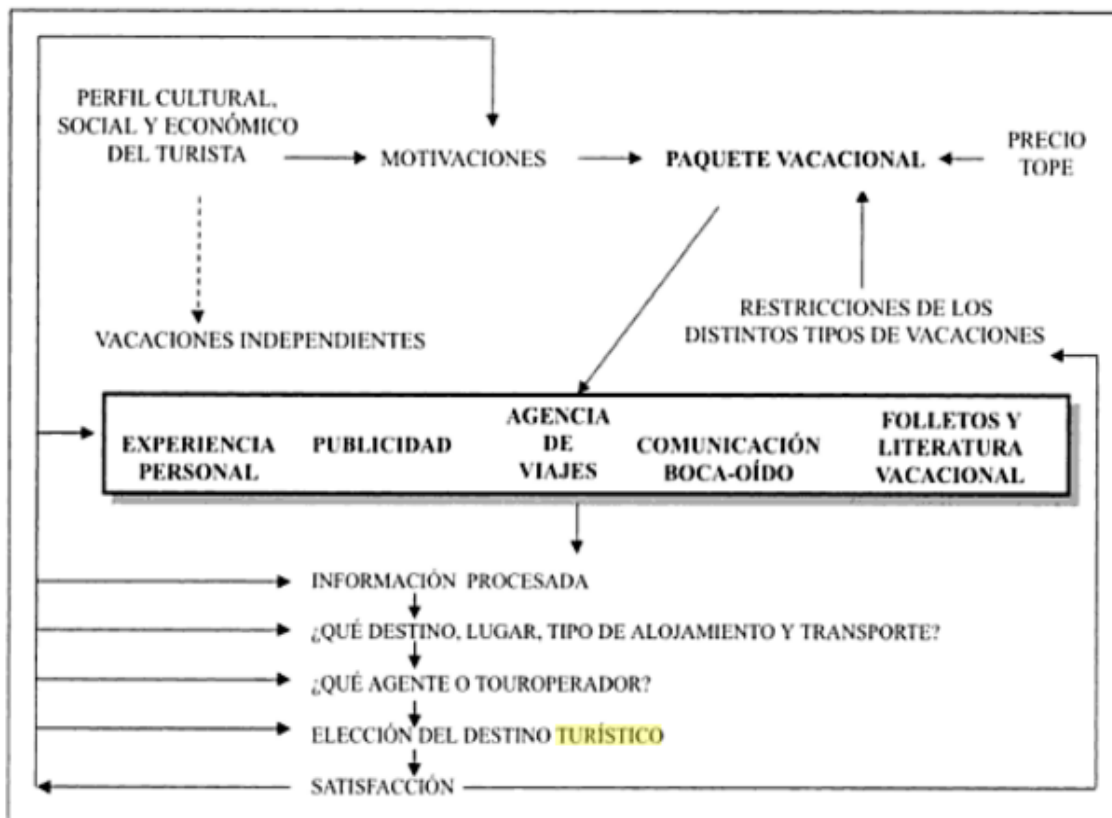


Figura 5 Toma de decisión Paquetes turísticos
Fuente: (Bigné, Font, & Andreu, 2000, pág. 231)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de la Investigación

El enfoque de esta investigación es cualitativo porque permitirá analizar la importancia de un modelo de comercialización para fomentar la economía del sector. Es cualitativo puesto que se observará la situación actual del turismo en el Cantón Cayambe, a partir de dicho análisis se enfocará el desarrollo de un modelo de comercialización turística para fomentar el turismo en Cayambe.

2.2. Tipo de investigación

El tipo de estudio que se utilizará en esta investigación será descriptivo con la finalidad de analizar y responder a los objetivos planteados, a través de esta metodología se detallará los componentes de un modelo de comercialización para el Cantón Cayambe. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de los fenómenos que sean sometidos a análisis.

- **Descriptivo**

De igual manera el estudio descriptivo permitirá conocer la situación, costumbres y actitudes predominantes en cuanto a la economía del Cantón, especialmente en el sector turístico.

A través de la investigación descriptiva se puede conocer cómo se aprovecha actualmente los recursos naturales del Cantón y se describirá los atractivos turísticos de la zona, para compararlos con un modelo de aprovechamiento adecuado desde la perspectiva del turismo ecológico.

Para fortalecer el trabajo de investigación se regirá el siguiente proceso: revisión y selección de bibliografía, aplicación de técnicas de recolección de información, interpretación de resultados.

Mediante el enfoque cualitativo se podrá describir de mejor manera la situación del comercio en Cayambe en cuanto al turismo, y la necesidad de un modelo de comercialización.

2.3. Método de investigación

Para la presente investigación el método de investigación que se aplicará es el método deductivo-inductivo puesto que mediante la observación de la información general se detectará falencias particulares, y luego se analizará la información y los datos particulares para sacar conclusiones generales. Con la finalidad de lograr desarrollar un modelo de comercialización turística para el Cantón Cayambe.

2.4. Modalidad básica de la investigación

En cuanto a la modalidad básica de la investigación el presente estudio está basado en información proveniente de fuentes primarias así como fuentes secundarias, de tal manera se recurre a una investigación bibliográfica y una investigación de campo:

- **Investigación bibliográfica**

La presente investigación es de carácter bibliográfico, debido a las conceptualizaciones, clasificaciones y criterios teóricos que se utilizan para clarificar y desarrollar el tema de investigación. De tal manera que se utilizará fuentes de investigación tales como: libros, revistas, documentos escritos y de internet, más apropiados con la problemática de investigación.

Por lo tanto en este ámbito de investigación también se recurrió a fuentes bibliográficas entregadas por las autoridades de Cayambe.

- **Investigación de campo**

La información de la presente investigación se obtendrá de fuentes primarias, es decir del lugar donde se originó. Es decir es una investigación directa en este caso la investigación se realizará en el Cantón Cayambe. Este tipo de investigación de campo requiere acudir al lugar donde se produce el problema de investigación con la finalidad de realizar y aplicar encuestas y entrevistas, logrando así un sondeo situacional del lugar.

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Dentro de la investigación de campo se utilizará técnicas como:

- **Encuestas**

Se realizará un cuestionario estructurado para efectuar encuestas dirigidas a los turistas con la finalidad de recabar información sobre aceptación respecto al tema turístico en el Cantón Cayambe encaminado a desarrollar un modelo de comercialización de turismo.

- **Observación**

A través de la observación se podrá determinar detalles, y sucesos referentes a que acciones se puede emprender para reactivar el turismo en el Cantón de la mano de un modelo comercial que determine parámetros que ayuden a la obtención de mejores resultados.

2.6. Procesamiento y análisis de la información

En cuanto al procesamiento y análisis de la información recopilada durante el proceso de investigación se desarrollará siguiendo el siguiente esquema:

Fuentes primarias

- **Encuestas.-** para las encuestas se realizará dos formularios en el que constará una serie de preguntas dirigidas a los turistas, visitantes y re creacionistas. Mientras que la segunda encuesta a las autoridades y administradores del Cantón Cayambe con el objetivo de obtener información precisa y consistente.

Fuentes secundarias

Para procesar las fuentes secundarias se efectuará una revisión de la bibliografía para determinar una selección de la información pertinente conforme al tema de investigación.

2.7. Análisis e interpretación de datos encuesta dirigida a visitantes, turistas y re creacionistas

Pregunta 1. En sus viajes fuera de su residencia habitual ¿Le gustaría conocer los atractivos naturales del Cantón Cayambe?

Tabla 1.
Gusto por conocer los atractivos

Alternativas	No.	%
Si	76	76
No	24	24
Total	100	100

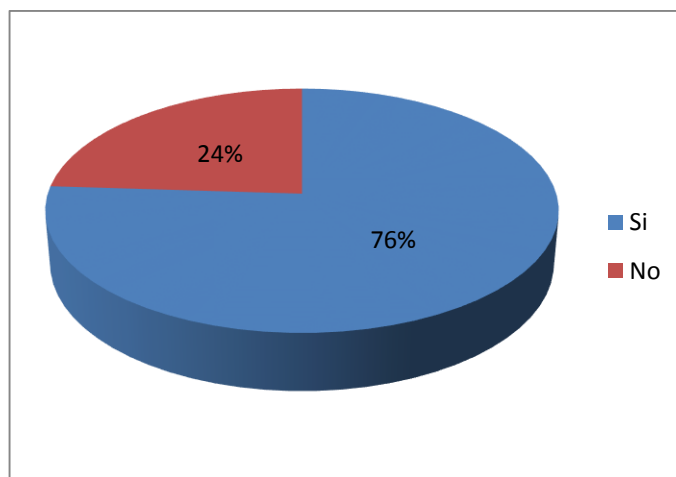


Figura 6 Gusto por conocer los atractivos

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 76% determina que en sus viajes fuera de su residencia habitual si le gustaría conocer los atractivos naturales del Cantón Cayambe, mientras que el 24% explica que no.

Según muestran las cifras, la mayoría de las personas encuestadas si les gustaría conocer los atractivos naturales del Cantón Cayambe, por ende se determina que si existe ese interés por conocer dicho lugar.

Pregunta 2. ¿Conoce usted los atractivos del Cantón Cayambe? Sí su respuesta es no pasar a la pregunta No 4.

Tabla 2

Conoce los atractivos del Cantón Cayambe

Alternativas	No.	%
Si	38	38
Algunos	46	46
No	16	16
Total	100	100

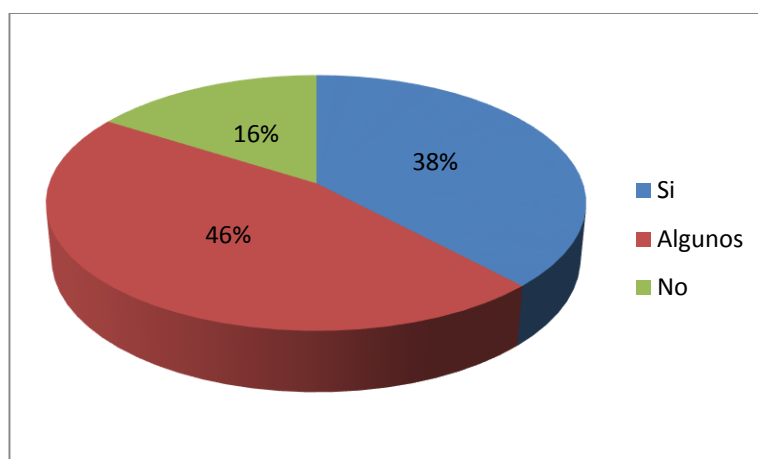


Figura 7 Conoce los atractivos naturales del Cantón Cayambe

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 16% determina que no conoce los atractivos naturales del Cantón Cayambe, mientras que el 38% explica que si conoce, seguido de un 46% que determina que conoce algunos.

De acuerdo a los datos encontrados, se determina que algunos conocen los atractivos turísticos del Cantón Cayambe, una mínima cantidad contesto que no conoce, mientras que una menor parte determino que conoce algunos atractivos, por ende se debería tomar medidas respectivas para fortalecer el lugar como atractivo turístico.

Pregunta 3. ¿Cuál de los atractivos turísticos del Cantón Cayambe conoce?

Tabla 3

Cuál de los atractivos naturales conoce

Alternativas	No.	%
Volcán Cayambe	24	24
Monumento a la Mitad del mundo	27	27
Complejo arqueológico de Puntiatzil	14	14
Proyecto Quitzato	14	14
Hacienda Guáchala	11	11
Iglesia matriz	10	10
Otros	0	0
Total	100	100

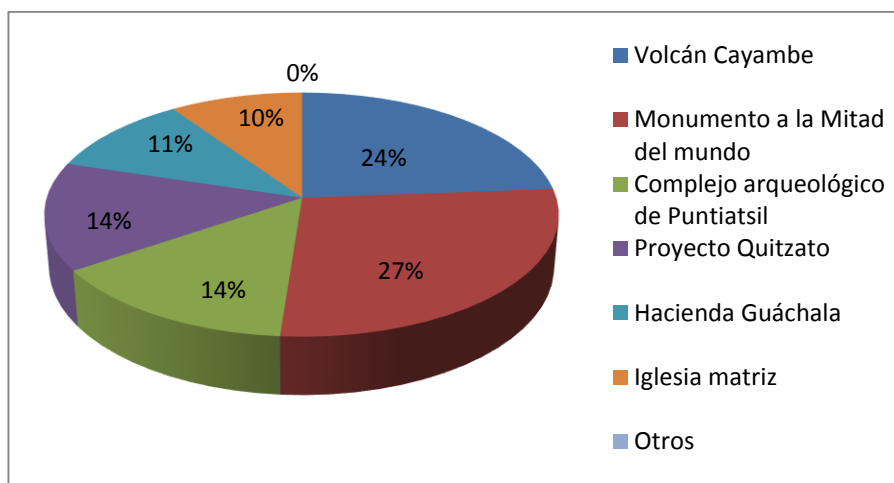


Figura 8 Cuál de los atractivos naturales conoce

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 24% determina que conoce el volcán Cayambe, mientras que el 27% explica que conoce el Monumento a la Mitad del mundo, seguido de un 14% que conoce el Complejo Arqueológico de Puntiatzil, un 14% conoce el proyecto Quitzati, mientras que un 11% la hacienda Guáchala y por último un 10% la Iglesia Matriz.

Se interpreta que la mayoría de encuestados conocen el volcán Cayambe junto con el Monumento a la mitad del mundo, una mínima cantidad conoce la iglesia matriz.

Pregunta 4. ¿Qué tan interesado estaría usted para realizar un viaje a Cantón Cayambe? Considerando que se ofrecen espacios y servicios:

Hospedarse en una de las Hosterías del Cantón

**Tabla 4
Hospedaje**

Alternativas	No.	%
Poco interesado	24	24
Interesado	52	52
Muy interesado	24	24
Total	100	100

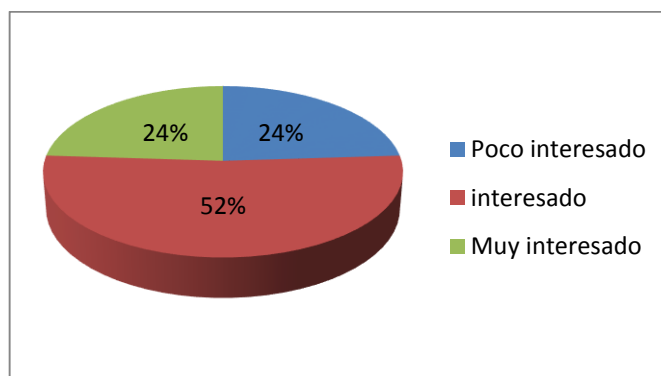


Figura 9 Hospedaje

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 24% determina que está poco interesado en hospedarse en una de las Hosterías del Cantón, mientras que el 52% explica interesado, seguido de un 24% que determina que estaría muy interesado.

La mayoría de los encuestados están interesados en conocer y hospedarse en una de las hosterías del Cantón Cayambe, una mínima cantidad expresa que estaría un poco interesado en el hospedaje.

Asistir a eventos y actividades culturales del Cantón

Tabla 5

Asistir a eventos y actividades culturales del Cantón

Alternativas	No.	%
Poco interesado	8	8
Interesado	48	48
Muy interesado	44	44
Total	100	100

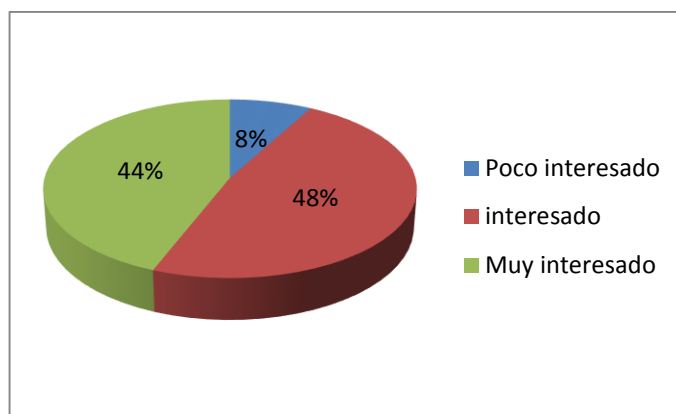


Figura 10 Asistir a eventos y actividades culturales

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 8% determina que está poco interesado en asistir a eventos y actividades culturales del Cantón, mientras que el 48% explica que están interesados, seguido de un 44% que determina que está muy interesado.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría de encuestados están interesados por asistir a eventos y actividades culturales del Cantón, una mínima cantidad determina que está un poco interesado.

Degustar comida típica

Tabla 6
Degustar comida típica

Alternativas	No.	%
Poco interesado	16	16
Interesado	40	40
Muy interesado	44	44
Total	100	100

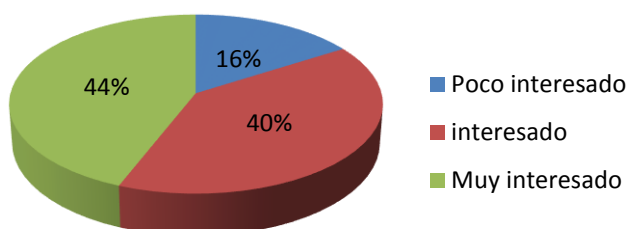


Figura 11 Degustar comida típica

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 16% determina que están poco interesados en degustar comida típica del Cantón, mientras que el 40% explica están interesados, seguido de un 44% que determina muy interesado.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría de encuestados están interesados por degustar comida típica del Cantón, una mínima cantidad determina que están un poco interesado.

Realizar una caminata por los lugares culturales y naturales del Cantón Cayambe

Tabla 7
Realizar una caminata

Alternativas	No.	%
Poco interesado	6	6
Interesado	44	44
Muy interesado	50	50
Total	100	100

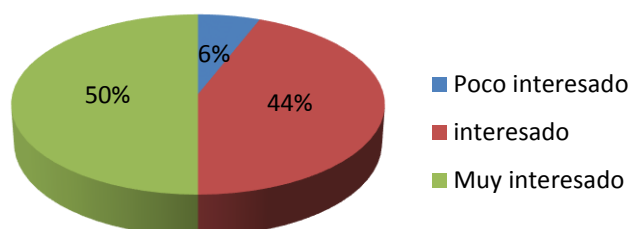


Figura 12 Realizar una caminata

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 6% determina que están poco interesados en realizar una caminata por los lugares culturales y naturales del Cantón Cayambe, mientras que el 44% explica que están interesados, seguido de un 50% que determinan que están muy interesados.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría de encuestados determinan que están muy interesados en realizar una caminata por los lugares culturales y naturales del Cantón Cayambe, una mínima cantidad determina que están un poco interesados.

Pasear por la Hacienda de Guáchala

Tabla 8.
Pasear por la Hacienda de Guáchala

Alternativas	No.	%
Poco interesado	22	22
Interesado	40	40
Muy interesado	38	38
Total	100	100

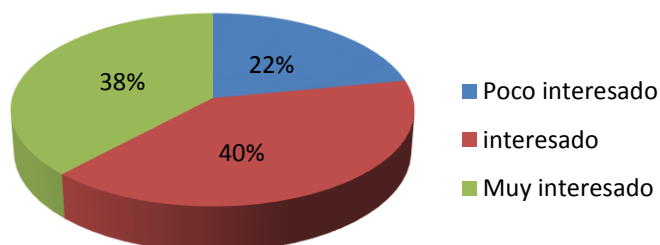


Figura 13 Pasear por la Hacienda de Guáchala

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 22% determina que están interesados poco interesados en pasear por la hacienda de Guáchala, mientras que el 40% explica que están interesados, seguido de un 38% que determinan que están muy interesados.

De acuerdo a los resultados se puede determinar que la mayoría de encuestados están interesados muy interesados en pasear por la hacienda de Guáchala, una mínima cantidad determina que están un poco interesado.

Escalar el volcán Cayambe

Tabla 9
Escalar el volcán Cayambe

Alternativas	No.	%
Poco interesado	16	16
Interesado	46	46
Muy interesado	38	38
Total	100	100

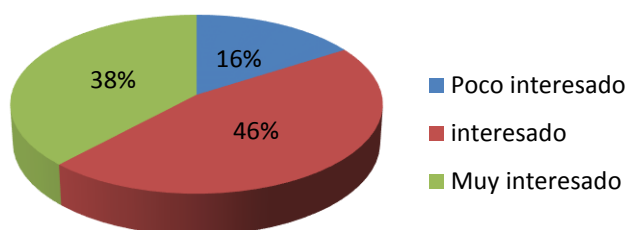


Figura 14 Escalar el Volcán Cayambe

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 16% determina que están poco interesados en escalar el volcán Cayambe, mientras que el 46% explica que están interesados, seguido de un 38% que determinan muy interesados.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría están interesados en escalar el volcán Cayambe, una mínima cantidad determina que están un poco interesado.

Desarrollar actividades como caminata, cabalgata, camping, pesca deportiva.

Tabla 10

Desarrollar actividades

Alternativas	No.	%
Poco interesado	16	16
interesado	42	42
Muy interesado	42	42
Total	100	100

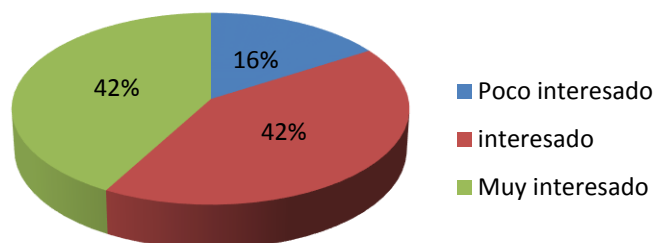


Figura 15 Desarrollar actividades

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 16% determina que están poco interesados en desarrollar actividades como caminata, cabalgata, camping y pesca deportiva, mientras que el 42% explica que están interesados, seguido de un 42% que determinan que están muy interesados.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría de encuestados determinan que están muy interesados e interesados en desarrollar actividades como caminata, cabalgata, camping y pesca deportiva, una mínima cantidad determina que están un poco interesados.

Visitar el proyecto Quitsato

Tabla 11
Visitar el proyecto Quitsato

Alternativas	No.	%
Poco interesado	22	22
Interesado	48	48
Muy interesado	30	30
Total	100	100

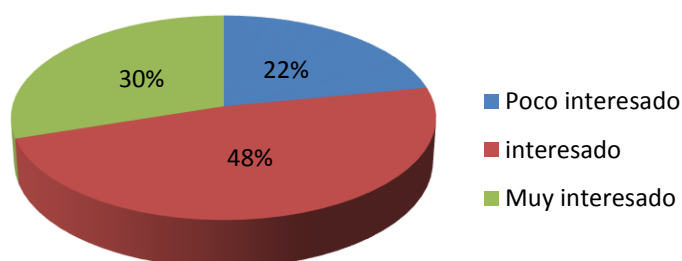


Figura 16 Visitar el proyecto Quitsato

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 22% determina que están poco interesados en visitar el proyecto Quitsato del Cantón Cayambe, mientras que el 48% explica que están interesados, seguido de un 30% que determinan muy interesados.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría de encuestados determinan que están interesados en visitar dicho proyecto, una mínima cantidad determina que están un poco interesados.

Pregunta 5. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a involucrarse en calidad de turista para conocer el Cantón Cayambe y sus atractivos?

Tabla 12
Tiempo

Alternativas	No.	%
1 día sin alojamiento	14	14
2 días con alojamiento	28	28
3 días con alojamiento	40	40
Más días	18	18
Total	100	100

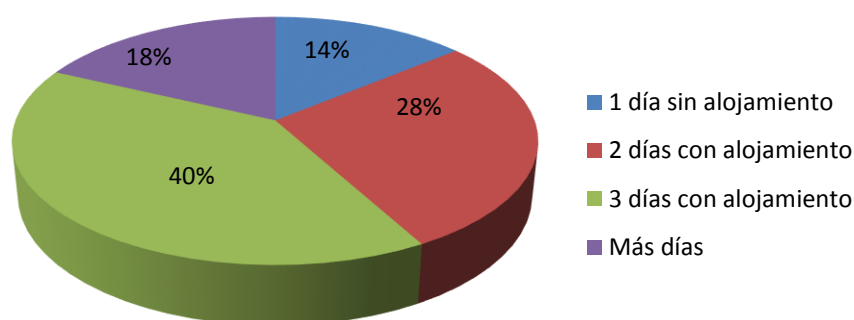


Figura 17 Tiempo

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 14% determina que estaría dispuesto a involucrarse en calidad de turista para Cantón Cayambe y sus atractivos en un tiempo de 1 días sin alojamiento, mientras que el 28% explica que 2 días con alojamiento, seguido de un 40% con 3 días con alojamiento, finalmente un 18% explica que más días.

Una población determinada explica que estaría dispuesto a involucrarse en calidad de turista para conocer el Cantón Cayambe y sus atractivos en un tiempo de 3 días con alojamiento, otra cantidad considerable explica en 2 días y una mínima cantidad específico que en 1 día sin alojamiento

Pregunta 6. ¿Cuál es la cantidad que estaría dispuesto a gastar?

Tabla 13

Cantidad que estaría dispuesto a gastar

Alternativas	No.	%
\$45-\$60	30	30
\$61-\$80	60	60
\$81-\$100	10	10
Total	100	100

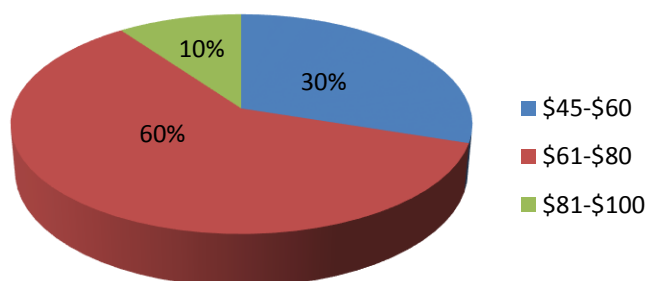


Figura 18 Cantidad que estaría dispuesto a gastar

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 30% determina que la cantidad que estaría dispuesto a gastar en los atractivos turísticos es de \$45-\$60 dólares, mientras que el 60% determina que \$61-\$80, seguido de un 10% determina que gastaría entre \$81-\$100 dólares.

De las encuestas realizadas se determina que una la mayoría de la población gastaría entre \$61 -\$80 dólares, mientras que un porcentaje mínimo especifica que gastaría entre \$81-\$100 dólares.

Pregunta 7. ¿Cuándo viaja por turismo como prefiere hacerlo?

Tabla 14
Cuándo viaja por turismo como prefiere hacerlo

Alternativas	No.	%
Solo/ a	18	18
En Pareja	28	28
En Familia	40	40
Con Amigos	14	14
Total	100	100

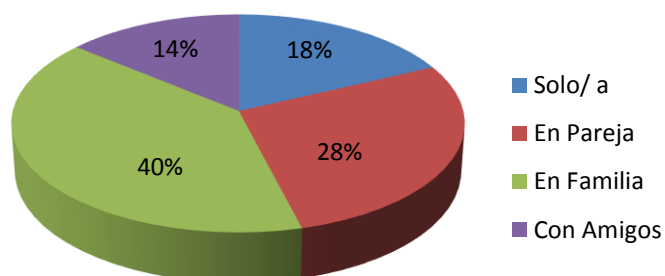


Figura 19 Cuándo viaja por turismo como prefiere hacerlo

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 18% determina que cuándo viaja por turismo prefiere hacerlo solo, mientras que el 28% determina que en pareja, seguido de un 40% determina en familia, finalmente el 14% explica que con amigos.

Una considerable cantidad de la población encuestada explica que cuando viaja por turismo prefiere hacerlo en familia, seguido de en pareja, una mínima cantidad explico que con amigos.

Pregunta 8. ¿Cómo se transporta cuando hace turismo?

Tabla 15
Cómo se transporta cuando hace turismo

Alternativas	No.	%
Transporte Público	44	44
Transporte Propio	36	36
Transporte Contratado	20	20
Total	100	100

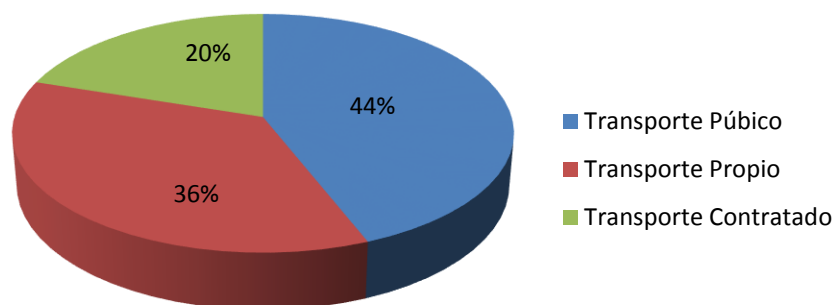


Figura 20 Cómo se transporta cuando hace turismo

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 44% determina que cuando viaja por turismo prefiere hacerlo en transporte público, mientras que el 36% determina que transporte propio, finalmente el 20% explica que transporte contratado.

Una considerable cantidad de la población encuestada explica que cuando viaja por turismo prefiere hacerlo en transporte público, seguido por transporte propio y una mínima cantidad explico en transporte contratado.

Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más lo motivaría a formar parte de este modelo de comercialización para el Cantón Cayambe?

Tabla 16

Motivación a realizar parte del modelo

Alternativas	No.	%
Ecológicas	34	34
Culturales	30	30
Investigativo	12	12
Agroturismo	12	12
Gastronómico	8	8
Deportivo	4	4
Total	100	100

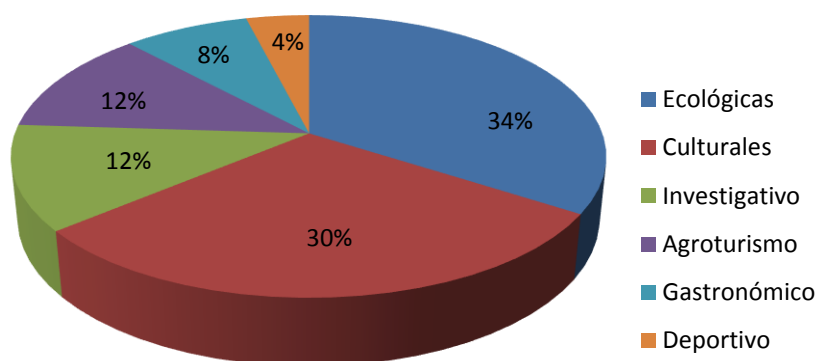


Figura 21 Motivación a realizar parte del modelo comercial

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 34% determina que los siguientes aspectos que más lo motivaría a formar parte de este modelo de comercialización para el Cantón Cayambe sería por actividades ecológicas, el 30% explica por culturales, el 12% investigativo y agroturismo, un 8% gastronómico y finalmente un 4% deportivo.

Se interpreta que la mayoría de encuestados se motivarían por actividades ecológicas y culturales.

Pregunta 10. ¿Qué tan interesante es para usted el turismo ecológico?

Tabla 17

Interés en el el turismo ecológico

Alternativas	No.	%
Poco interesante	16	16
interesante	56	56
Muy interesante	28	28
Total	100	100

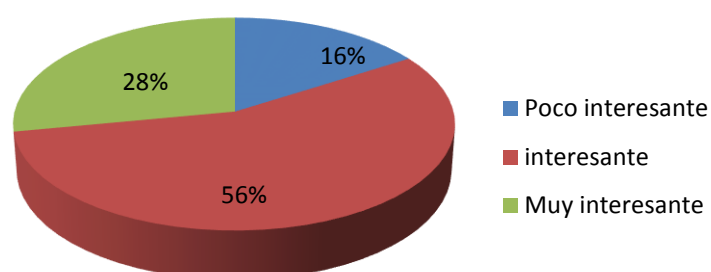


Figura 22 Interés en el turismo ecológico

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 16% determina que el turismo ecológico es poco interesante, mientras que el 56% determina interesante, finalmente el 28% explica que muy interesante.

Una considerable cantidad de la población encuestada explica que el turismo ecológico es interesante, mientras que una mínima cantidad menor a la mitad explico que le parece poco interesante el turismo ecológico.

Pregunta 11. ¿Usted como turista se ve atraído por el turismo ecológico?

Tabla 18
Se ve atraído por el turismo ecológico

Alternativas	No.	%
Si	72	72
No	28	28
A veces	0	0
Total	100	100

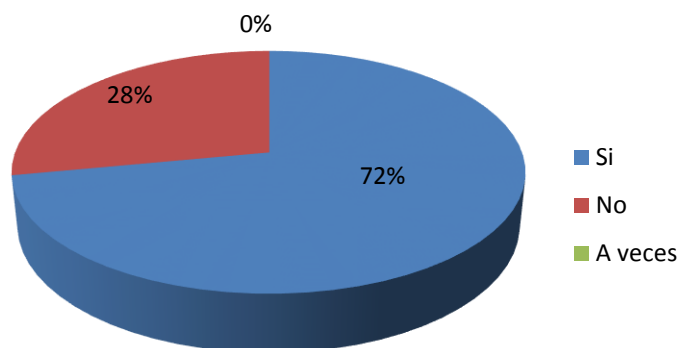


Figura 23 Se ve atraído por el turismo ecológico

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 72% determina que si se ve atraído por el turismo ecológico, mientras que el 28% determino que no, finalmente un 0% explica que a veces.

Una considerable cantidad de la población encuestada explica que si se siente atraído por el turismo ecológico, mientras que una mínima cantidad menor a la mitad explico que no.

Pregunta 12. ¿Diga en que rango está su ingreso mensual?

Tabla 19

Rango de su ingreso mensual

Alternativas	No.	%
\$350-\$500	32	32
\$501-\$700	56	56
\$701-\$1200	12	12
\$1201-\$1700	0	0
\$1701 y más	0	0
Total	100	100

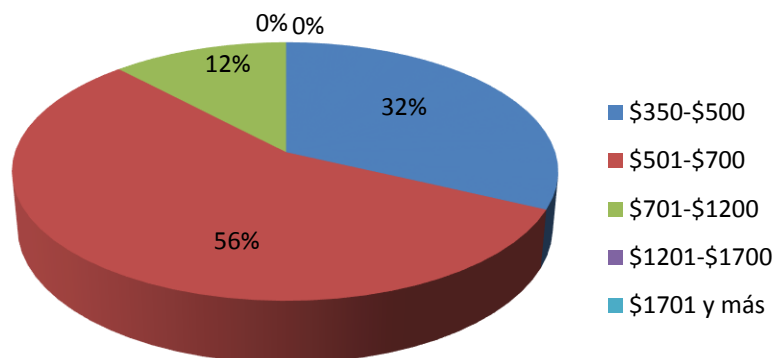


Figura 24 Diga en que rango esta su ingreso mensual

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 32% determina que el rango de ingreso mensual es de \$350-\$500, el 56% explica \$501-\$700 y finalmente el 12% de \$701-\$1200.

Se puede determinar que la mayoría de los encuestados tienen un ingreso aproximado mensual entre \$501-\$700, seguido de una población considerable que determino en un rango de \$350-\$500.

Pregunta 13. Género

Tabla 20
Género

Alternativas	No.	%
Femenino	34	34
Masculino	66	66
Total	100	100

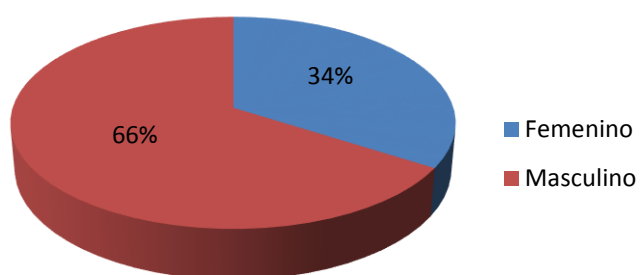


Figura 25 Género

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 34% es de género femenino, y el 66% es de género masculino.

Se puede determinar que se encuestó una cantidad mayor al género masculino, con el fin de obtener respuestas esenciales que aporten al proceso de esta investigación.

Pregunta 14. En que rango de edad está usted como turista

Tabla 21
Edad

Alternativas	No.	%
16-24	16	16
25-34	54	54
35-45	20	20
46-57	8	8
58 y más	2	2
Total	100	100

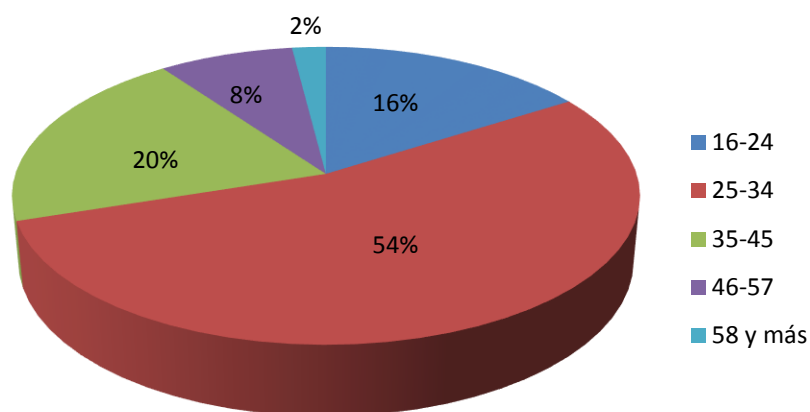


Figura 26 Edad

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 16% tiene una edad aproximada de 16-24, el 54% de 25-34, el 20% entre 35-45, el 8% entre 46 - 57 y finalmente el 2% de 58 años y más.

Se puede determinar la mayoría de encuestados está en un rango de entre 25-34 años de edad y una mínima cantidad se encuentra entre los 58 y más años de edad.

Pregunta 15. ¿Cuál es su Nacionalidad?

Tabla 22
Nacionalidad

Alternativas	No.	%
Ecuatoriano	94	94
Extranjero	6	6
Total	100	100

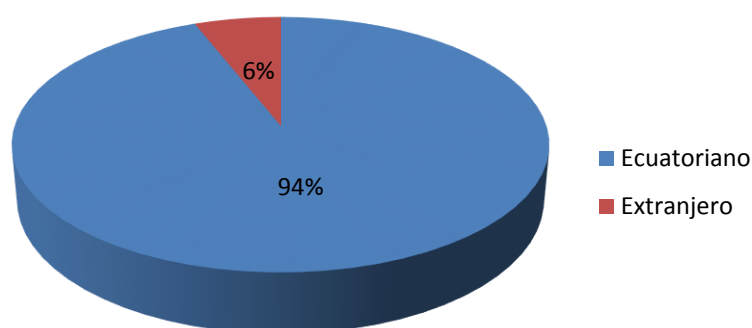


Figura 27 Nacionalidad

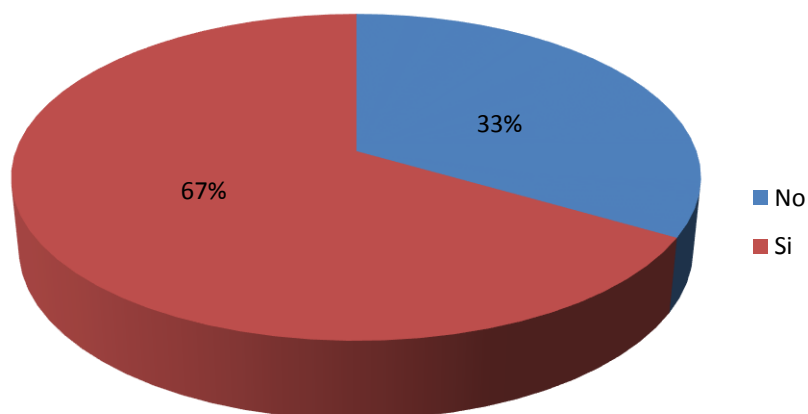
Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 94% de los turistas tienen nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 6% son de nacionalidad extranjera.

La mayoría de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana. Entendiendo que la población extranjera no recurre comúnmente a estos lugares, la mayoría viene de Quito, Pastaza, Cuenca, Guayaquil y Ambato. Mientras que los extranjeros en su mayor parte son colombianos de la provincia de Bogotá.

Pregunta 16. ¿Es la primera vez que visita el Ecuador?**Tabla 23****Primera vez que visita Ecuador**

Alternativas	No.	%
No	2	33
Si	4	67
Total	6	100

**Figura 28 Primera vez que visita Ecuador****Análisis e Interpretación**

Del 100% de los extranjeros encuestados,, el 33% determina que no es la primera vez que visita el Ecuador, el 67% determina que es la primera vez.

2.8. Análisis interpretación de datos encuesta dirigida a los administradores y autoridades del Cantón Cayambe

Pregunta 1. ¿Cómo usted calificaría al turismo en el Cantón Cayambe?

Tabla 24

Calificación de turismo del Cantón Cayambe

Alternativas	No.	%
Muy bueno	1	5
Bueno	15	75
Malo	3	15
Regular	1	5
Total	20	100

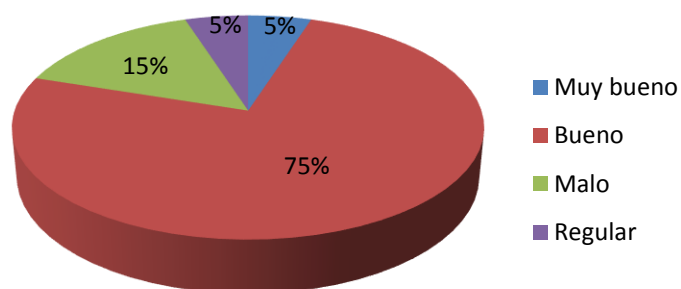


Figura 29 Calificación de turismo del Cantón Cayambe

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 5% califica al turismo en el Cantón Cayambe como muy bueno, mientras que el 75% lo califica como bueno, un 15% como Malo y finalmente un 5% como regular.

Una considerable cantidad de la población encuestada califica como bueno al turismo en el Cantón Cayambe, mientras que en un 20% se califica como malo y regular.

Pregunta 2. ¿Actualmente cómo se encuentra la capacidad de instalación en relación a servicios del Cantón Cayambe para cubrir la demanda turística?

Tabla 25

Capacidad de instalación del Cantón

Alternativas	No.	%
Muy bueno	2	10
Bueno	10	50
Malo	3	15
Regular	5	25
Total	20	100

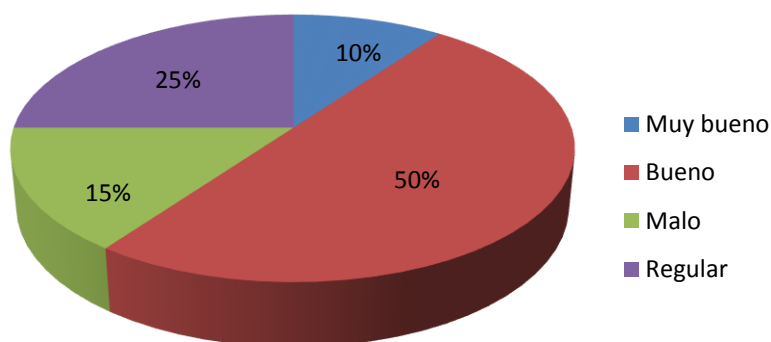


Figura 30 Capacidad de instalación del Cantón

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 10% determina que la capacidad de instalación en relación a servicios del Cantón Cayambe para cubrir la demanda turística es muy buena, el 50% determina que buena, el 15% que mala, y finalmente el 25% regular.

Se puede determinar que la mayoría de los encuestados determinan que la capacidad de instalación en relación a servicios del Cantón Cayambe para cubrir la demanda turística es buena, una mínima cantidad determino muy bueno.

Pregunta 3. ¿Cree que un modelo estratégico de comercialización turística permite mejorar la calidad de vida y el crecimiento del Cantón Cayambe?

Tabla 26

Modelo estratégico comercial

Alternativas	No.	%
Si	18	90
No	2	10
Total	20	100

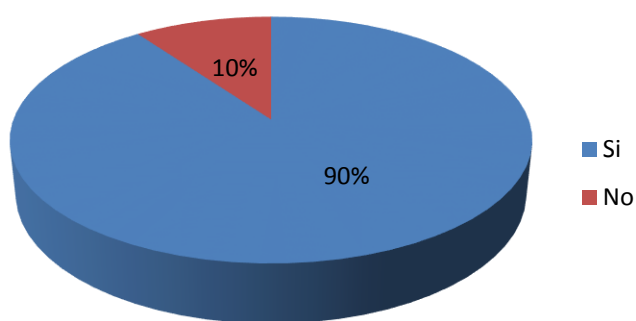


Figura 31 Modelo estratégico comercial

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 90% determina que sí cree que un modelo estratégico de comercialización turística permite mejorar la calidad de vida y el crecimiento del Cantón Cayambe, apenas el 10% no.

Se puede determinar que la mayoría de los entrevistados determina que sí creen que un modelo estratégico de comercialización turística permite mejorar la calidad de vida y el crecimiento del Cantón Cayambe.

Pregunta 4. ¿Considera importante la promoción del turismo ecológico mediante un modelo de comercialización turística sustentable?

Tabla 27.
Promoción del turismo ecológico

Alternativas	No.	%
Si	19	95
No	1	5
Total	20	100

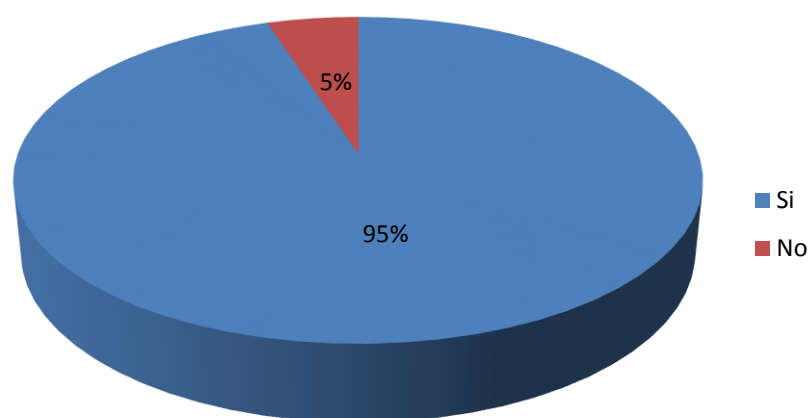


Figura 32 Promoción del turismo ecológico

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 95% determina que sí cree importante la promoción del turismo ecológico mediante un modelo de comercialización turística sustentable, apenas el 5% no.

Se puede determinar que la mayoría de los entrevistados determina que sí creen importante la promoción del turismo ecológico mediante un modelo de comercialización turística sustentable, una mínima cantidad determina que no.

Pregunta 5. ¿Qué área más importante cree que ayudará a mejorar y fortalecer el turismo del Cantón Cayambe?

Tabla 28

Área para mejorar y fortalecer turismo

Alternativas	No.	%
Área Económico	8	40
Área Social	3	15
Área Organizacional	9	45
Total	20	100

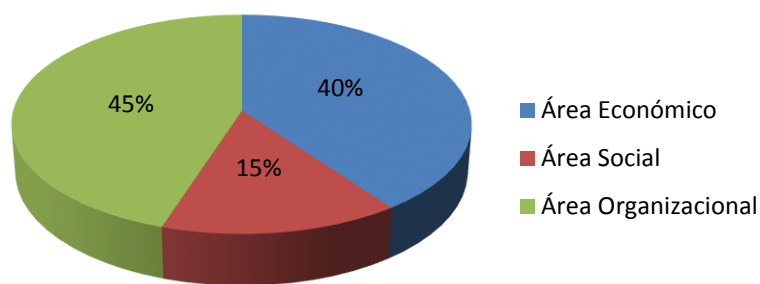


Figura 33 Área para mejorar y fortalecer turismo

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 40% de los entrevistados creen que el área económico ayudará a mejorar y fortalecer el turismo del Cantón Cayambe, mientras que el 15% determinan que el área social y finalmente el 45% el área organizacional.

Se puede determinar que la mayoría de los entrevistados determina que las áreas que ayudan a mejorar y fortalecer el turismo del Cantón Cayambe es el organizacional y económico.

Pregunta 6. ¿Cree usted que la capacitación y participación de la comunidad sobre parámetros de servicio turístico y parámetros de calidad contribuye a mejorar e implementar un modelo de comercialización turístico responsable?

Tabla 29

Capacitación de la comunidad

Alternativas	No.	%
Si	19	95
No	1	5
Total	20	100

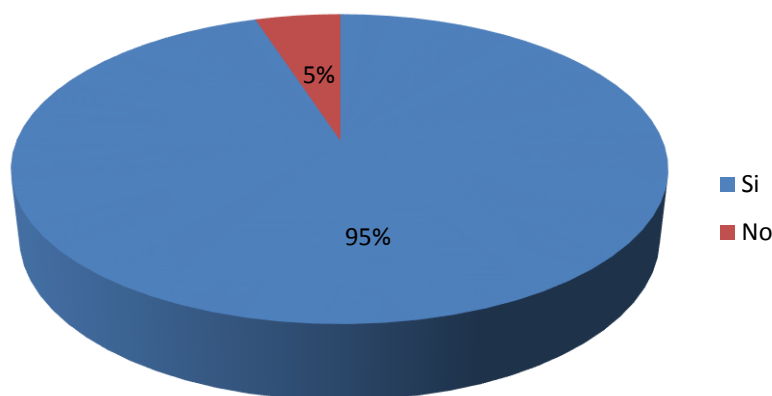


Figura 34 Capacitación de la comunidad

Análisis e Interpretación

Del 100% de los encuestados, el 95% determina que sí creen que la capacitación y participación de la comunidad sobre parámetros de servicio turístico y parámetros de calidad contribuye a mejorar e implementar un modelo de comercialización turístico responsable, apenas el 5% determina que no.

Se puede determinar que la mayoría de los entrevistados determina que sí creen que la capacitación y participación de la comunidad sobre parámetros de servicio turístico y parámetros de calidad contribuye a mejorar e implementar un modelo de comercialización turístico responsable.

Pregunta 7. Mencione alguna experiencia exitosa que han implementado las autoridades como medida para promover y difundir el turismo.

Los entrevistados determinan que la experiencia que ha implementado las autoridades son varias entre las que se nombran son:

- Como principal que se está incrementado el proyecto de Quitsato
- Arreglar vías de turismo como la de Cayambe Nevado
- Ferias gastronómicas en las comunidades del Cantón.
- Spots publicitarios mostrando los lugares turísticos de Cayambe y difusión en Medios de Comunicación.
- Inversión en adecuación de parques como el YAZNÁN
- Se ha pautado en Medios de comunicación a nivel local y nacional, además se trabaja con los CTC s para capacitación y promoción de los mismos.
- Turismo Comunitario, especialmente el impulso del Camino del Cóndor.

Otros entrevistados, menos de la mitad determinaron no conocer de un plan exitoso que ha implementado las autoridades como medida para promover y difundir el turismo en el Cantón Cayambe.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CANTÓN CAYAMBE

3.1. Introducción

El Cantón Cayambe se conforma con ocho parroquias, dos urbanas y seis rurales. En la actualidad es uno de los principales lugares para la práctica del turismo científico, comunitario y de aventura.

A lo largo de los años, la historia ha demostrado que este Cantón es reconocido por su nevado y por ciertos productos elaborados bajo la industria láctea, así como también las fábricas de bizcochos. Sin embargo la ausencia y el poco fortalecimiento de las autoridades de Cayambe en fomentar el turismo no han permitido un adecuado desarrollo turístico de la zona.

Se determina además que la economía del Cantón Cayambe se basa principalmente en el sector agrícola, seguido del comercio y la construcción. Uno de los problemas actuales que presenta el Cantón Cayambe son los desmembramientos territoriales, causando en cuanto al sector económico, un inadecuado modelo de comercialización de turismo, que se centre y focalice en el aprovechamiento de los recursos disponibles, así como también la falta de inversión en las adecuaciones e infraestructura de los recursos arqueológicos y culturales para una mejor atracción en el turista.

3.2. Antecedentes

El Cantón Cayambe pertenece a la provincia de Pichincha, está ubicado al norte de ésta, tiene una superficie de 1350 km², cuya orografía presenta irregularidades en su relieve, y se caracteriza por tener el único nevado ubicado en la mitad del mundo, en todo el planeta. La tierra de Cayambe estuvo ocupada por la cultura Cayambi de quienes se ha heredado costumbres y cultos por lo que este Cantón posee mucha riqueza cultural digna de ser promovida con el turismo, de

hecho la mayoría de los pobladores pertenecen a esta cultura que se extiende en 168 comunidades indígenas.

Cristian Yépez en su tesis titulada “Elaboración de un producto audiovisual del sitio arqueológico monumental Templo Sagrado Puntiatzil del Cantón Cayambe...” destaca precisamente el potencial turístico, resaltando la cultura milenaria, los bosques naturales, la arqueología colonial y el majestuoso nevado con que cuenta este sitio para promover el turismo y los vestigios arqueológicos de sus pobladores.

Yépez resalta también en su investigación el poco interés por parte de las autoridades para promocionar la visita de los turistas al Cantón Cayambe así como poca preocupación en la conservación de elementos considerados patrimonio cultural.

Por otro lado existe estudios sobre los cambios en los gustos de los turistas respecto a los destinos que visitan y por ello Cayambe ofrece variedad, en este sentido, sabiendo manejar y controlar la actividad turística podría ser bien explotada, creando en el turista el deseo de volver.

Algunos proyectos con fines turísticos han surgido de la intención de personas extranjeras de conocer la cultura Cayambi en Ecuador, tal es así que en el año 2001 la parroquia de Cangahua fue visitada por los arqueólogos Ana Lucía González y Samule Conell, se habrían hospedado en la hacienda Guachalá donde conocieron al dueño de la misma, el señor Diego Bonifaz quien además era el alcalde de Cayambe, a partir de entonces la conversación se dirige a temas sobre los pueblos Cayambi y la colonización por parte de los Incas, quienes después habrían de ser conquistados por los españoles.

Estos dos arqueólogos motivados por el interés cultural llevaban a cabo su proyecto llamado Proyecto Arqueológico Pambamarca y con el fin de poder desarrollarlo de mejor manera establecen una relación más cercana con los pobladores locales, tienen dentro de sus objetivos fortalecer las relaciones entre los participantes de su proyecto (PAP) y la comunidad de Cangahua y fomentar el

turismo en esa localidad, para ello consiguieron fondos para gestionar el proyecto en el año 2008 y entre sus fines estuvo introducir la arqueología a la población y explicar a través de talleres y clases, en que puede ésta fomentar el turismo. El proyecto no tuvo mucho impacto, sin embargo es un indicio de que en Cayambe existen muchos recursos turísticos que pueden generar beneficios económicos a la población.

3.3 Análisis Interno

Como parte del análisis interno del Cantón Cayambe se determina aspectos estrechamente relacionados a la gestión y administración:

Así se determina la capacidad directiva, la capacidad de marketing, la capacidad de producción, la capacidad de recursos humanos con el que cuenta el Cantón Cayambe. Sin embargo al hablar de un análisis interno es necesario mencionar aspectos sobre la capacidad financiera de la misma, a fin de tener una idea global de la situación por la que atraviesa Cayambe.

- **Capacidad directiva**

La capacidad directiva alude a la manera en la que el Cantón Cayambe se dirige, por tanto ésta se sujeta a las autoridades electas, siendo una de las principales autoridades el Coordinador General del Municipio de Cayambe. El caso de Cayambe en cuanto a la promoción turística por parte de las autoridades se evidencia muy poco fortalecimiento en el sector. Por ello es necesario implementar propuestas de comercialización turística que desarrollen y muestren los atractivos naturales con los que cuenta el Cantón.

- **Capacidad de producción (logística)**

Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión.

Para realizar un estudio sobre la capacidad de producción del Cantón respecto a los servicios y productos turísticos, al igual que si se tratase de la administración de una empresa, se requiere: evaluar la capacidad actual y proyectarla al futuro para estimar la disponibilidad.

También se estudia las necesidades de la capacidad en base a previsiones de la demanda; se observa divergencias entre necesidad y capacidad para plantear alternativas de solución; se evalúan alternativas y se selecciona una (o varias) de ellas y se implementa la alternativa elegida para controlar los resultados. (Arnoletto, 2007, pág. 91)

Los actores sociales, representantes de juntas y gobiernos parroquiales establecen en reuniones qué proyectos son prioritarios en base al presupuesto con que se cuenta. La capacidad logística o de producción de la administración del Cantón Cayambe y sus autoridades en cuanto a turismo es clara, por tanto está determinada por una línea definida en la que constan: pequeñas asociaciones que prestan servicios de turismo, proveedores de insumos turísticos, aprovechamiento de recursos naturales, producción y adecuación de un plan turístico y finalmente distribución física del turismo o producto turístico promocionado en magnitudes mínimas.

- **Recursos humanos**

En cuanto a los recursos humanos se alude específicamente a las personas que habitan en el sector del Cantón Cayambe. En cuanto al turismo hablar de recursos humanos es importante puesto que éstos son los principales promotores del turismo en el lugar, ya que si se pretende implementar un modelo de comercialización turística las personas son parte del proyecto comunitario con miras a desarrollar el ecoturismo para así mejorar la economía de Cayambe, y para poder contar con la comunidad éstas deberán recibir capacitación por parte de personal experto en temas de desarrollo comunitario y turismo.

Se contaría entonces por un lado con la comunidad y por otro con el personal especializado, ambas partes con el compromiso y disponibilidad que requiere el

proyecto y cada grupo con sus respectivas tareas y responsabilidades definidas sin que esto signifique de manera alguna una organización vertical pues ambas partes se necesitan una a otra.

- **Capacidad financiera**

La capacidad financiera hace referencia al presupuesto necesario para poner en marcha al proyecto, por este lado el Cantón Cayambe cuenta con el presupuesto designado por el ejecutivo para cada periodo, el objetivo del presupuesto dado por la capacidad financiera está destinado a desarrollar proyectos y obras en pro de la comunidad.

De acuerdo al art. 192 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, (COOTAD), los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) participarán del 21% de los ingresos permanentes y del 10% de los no permanentes del Presupuesto General del Estado (PGE).

El presupuesto se distribuye de la siguiente manera, según el cuadro, las cifras en millones de dólares:

Tabla 30

Total Asignado a GAD años 2011 y 2012.

NIVEL DE GOBIERNO	APLICACIÓN	
	2011	2012
Gobiernos provinciales (27%)	604,50	661,2
Gobiernos Municipales (67%)	1500,1	1640,90
Gobiernos Parroquiales (6%)	134,3	146,9
Total GAD	2238,9	2449,1

Fuente: (El Ministerio de Finanzas, 2012)

La repartición del presupuesto para los gobiernos municipales y autónomos se hace en base a la densidad poblacional entre otros criterios, de tal manera si Cayambe duplica a otro en número de habitantes, recibe el doble de presupuesto.

3.4. Análisis Externo Gestión del Cantón Cayambe

Las instituciones generadoras en el Cantón Cayambe son: Ministerios, Direcciones y Secretarías. En el área turística tenemos como principal Organismo al Ministerio de Turismo.

Dentro del análisis externo sobre la gestión del Cantón Cayambe se establece:

3.4.1. Microambiente.

En marketing la denominación de micro ambiente se refiere a los factores internos de la empresa, es decir factores controlables, en este caso del Cantón Cayambe. Siguiendo con la definición de Gary Ramírez en su estudio titulado “Micro ambiente y Macro ambiente del Marketing”, del año 2013, tenemos que el microambiente tiene 5 componentes:

1. Ambiente interno de la empresa (departamentos y niveles de administración)
2. Canales que fungen como canal para la mercadotecnia y que contribuyen a crear valor (proveedores e intermediarios)
3. Tipos de mercado en los que puede vender la empresa (consumidores, productores, revendedores, mercado de gobierno y mercados internacionales)
4. Competidores de la empresa.
5. Públicos de interés o influencia (financieros, medios de comunicación, gobierno, grupos de acción ciudadana, públicos, locales, generales e internos).

Siendo así tenemos que los principales Organismos que dan información sobre el turismo en Cayambe son El Ministerio de Turismo y la Dirección de Desarrollo y Facilitación Turística, a su vez lo que se vende u ofrece son los atractivos del Cantón de Cayambe, es decir el producto que deseamos vender que son los atractivos, servicios, bienes, accesibilidad y precio que en conjunto forman el producto turístico.

Respecto a los proveedores e intermediarios, la distribución en el turismo se realiza de manera muy diferente a como se realizaría la distribución de un producto tangible pues es el turista quien se desplaza hacia el sitio turístico, para su desplazamiento el turista contrata servicios de: transporte, alojamiento, alimentación y otros, estos servicios pueden ser contratados a través de intermediarios que facilitan el flujo de turistas al Cantón como las agencias de viaje, utilizando medios de comunicación como el internet o teléfonos, además de las agencias de viaje tenemos otros intermediarios como compañías transportistas, aerolíneas, y por último también bancos y empresas financieras que facilitan las transacciones.

El mercado al que se dirige el turismo es local, nacional y extranjero, de tal manera que para crear fidelidad del turista a los bienes y servicios que presta el Cantón, se debe realizar un estudio tanto de las necesidades de los clientes como de la competencia en lo que refiere a sus atractivos de turismo cultural, como de aventura y sobre todo la calidad de los servicios que presta la competencia. En este caso la competencia de Cayambe se encuentra en la provincia de Imbabura específicamente en el cantón Otavalo, pues perteneciendo a la Sierra ecuatoriana y estando ubicada en los Andes tienen características comunes, pero para resaltar de la competencia se debe tener algo que lo diferencie, esto puede ser tanto en precios como en calidad tomando en cuenta las fortalezas con las que cuenta y para esto se establece estrategias. En el gráfico siguiente podemos analizar en el triángulo los objetivos que deben perseguir las estrategias.

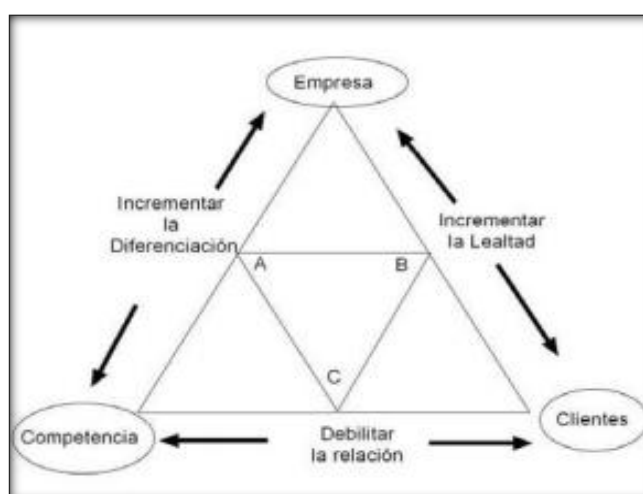


Figura 35 Triángulo de la estrategia

Fuente: (Oyarzúm, 2015, pág. 27)

Los públicos de interés o influencia son personas o instituciones a las que les interesa lo que vende la empresa o en este caso el proyecto para impulsar el turismo, de tal manera que cooperan de alguna manera en el éxito del mismo, en este grupo se encuentran instituciones turísticas gubernamentales o privadas que pueden colaborar a conseguir los fondos, medios de comunicación que transmiten noticias o mensajes del Cantón resaltando sus virtudes, actores ecologistas, públicos locales como pequeñas empresas o representantes hoteleros o de la rama turística, etcétera.

El microambiente de una empresa, organización o en este caso del mercado turístico del Cantón Cayambe, tiene que ver con las fortalezas y debilidades.

3.4.2. Macro ambiente

El macro ambiente se refiere a los factores en los cuales no se tiene control. El Macro ambiente tiene relación con aspectos como: el ambiente demográfico, político y legal, ambiente social y/o cultural, económico y tecnológico, es decir los componentes externos, que representan amenazas para la empresa o que pueden dar forma a las oportunidades.

En el caso del plan comercial de turismo se estudia los bienes, productos y servicios turísticos, pero también el cambio en los turistas, las edades, gustos y preferencias, cambio de costumbres en el consumo del producto turístico, su gestión está constituida por aquellas fuerzas y elementos que inciden en el desarrollo del turismo, de tal manera se encuentra dentro del macro ambiente aquellos factores de tipo social, económico, político y cultural que forman parte de las oportunidades y amenazas que influyen en el desarrollo turístico del Cantón Cayambe. El estudio del macro ambiente tiene factores como: demografía, factor económico, factor tecnológico, factor cultural, factor jurídico y factores ecológicos.

Dentro del factor demográfico se identifica a la población, la demografía del sector en que se ubica la empresa, en este caso la demografía del Cantón Cayambe que es lo que se está ofreciendo, en el caso de los turistas, se identifica sus características y costumbres para generar demandas.

El factor económico se refiere al gasto que realizan los clientes, se analiza sus ingresos, la distribución del mismo y la costumbre de compras para realizar funciones teóricas de demanda y estudiar oportunidades de negocio. Es decir en base a sus costumbres de compras se puede analizar las posibles necesidades para poder satisfacerlas.

El factor tecnológico tiene que ver con los cambios en los sistemas actuales del mercado, la tecnología desarrolla nuevas herramientas o procesos que se integran en el mercado laboral, la tecnología es un factor que modifica el proceso de cambio en el mercado, un ejemplo son las transacciones vía internet o el pago con tarjetas de crédito que remplazan al dinero en efectivo pero a la vez se respaldan en éste.

El factor cultural se refiere en cambio a los estilos de vida de los consumidores de acuerdo a su lugar de procedencia, en el mercado turístico este factor se relaciona con las necesidades, deseos y actitudes de los turistas que desean conocer, explorar otras formas de vida y costumbres, diferentes a la suya, éstos componen valores.

El factor jurídico tiene que ver con las normas y leyes que se encuentran vigentes en el país, leyes que regulan la normativa de las organizaciones, empresas y personas, pero también las leyes internacionales que se aplican en diferentes procesos.

El factor Ecológico atañe en cambio al entorno natural donde se ubica el negocio, se hace referencia a este factor puesto que para la ubicación adecuada de industrias, organizaciones o empresas se contempla la preservación ambiental por lo que se hace un respectivo análisis de los tipos de negocio que se instalan según su razón social.

3.4.3. Factores Económicos del Cantón Cayambe.

El Cantón se caracteriza porque su economía se basa sobre todo en la floricultura, agricultura, ganadería y pesca, los pobladores trabajan por comunidad, los miembros de las familias participan en diferentes actividades y los alimentos que consumen en su mayoría provienen de sus propios cultivos.

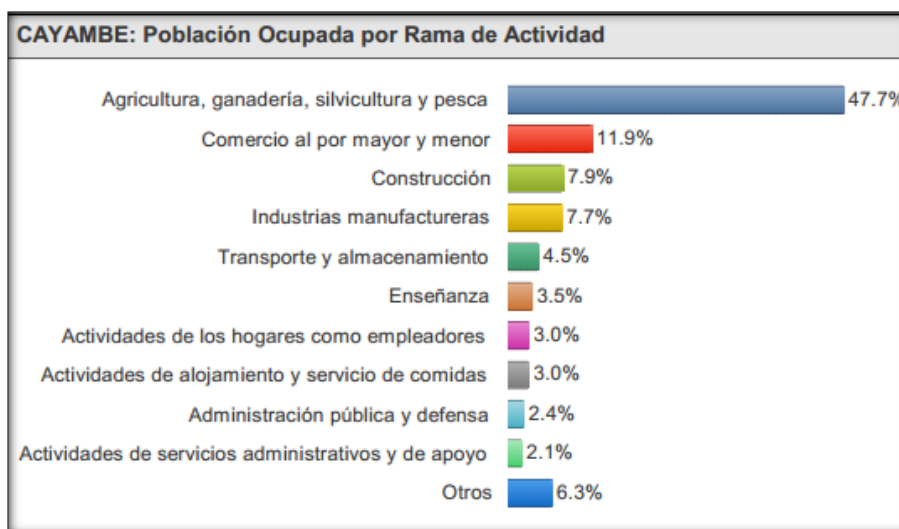


Figura 36 Actividades de la población de Cayambe.
Fuente: (INEC, 2010)

El índice de pobreza en la provincia de Pichincha se ha reducido, sin embargo existe marcada diferencia entre cantones, siendo los que mayor índice de pobreza tienen los cantones rurales en donde Cayambe resalta por encontrarse entre los más pobres.

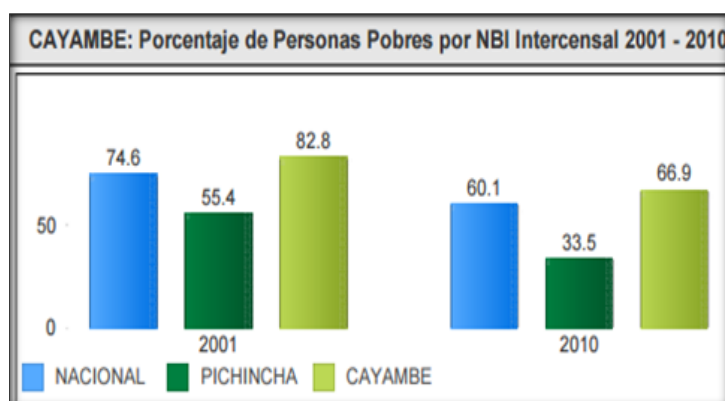


Figura 37 Índice de pobreza en Cayambe periodo 2001-2010
Fuente: (INEC, 2010)

Por otro lado en comparación a otras provincias Pichincha es la que menos índices de analfabetismo presenta, sin embargo entre cantones de la provincia existe diferencias grandes, el acceso a mayores niveles de instrucción margina principalmente a los hogares indígenas y a aquellos de estratos pobres e indigentes, además existe diferencias entre el acceso a la educación según el género, siendo las que menos acceso tienen, las mujeres pues en su mayoría se dedican a la actividad de la floricultura desde edades tempranas.

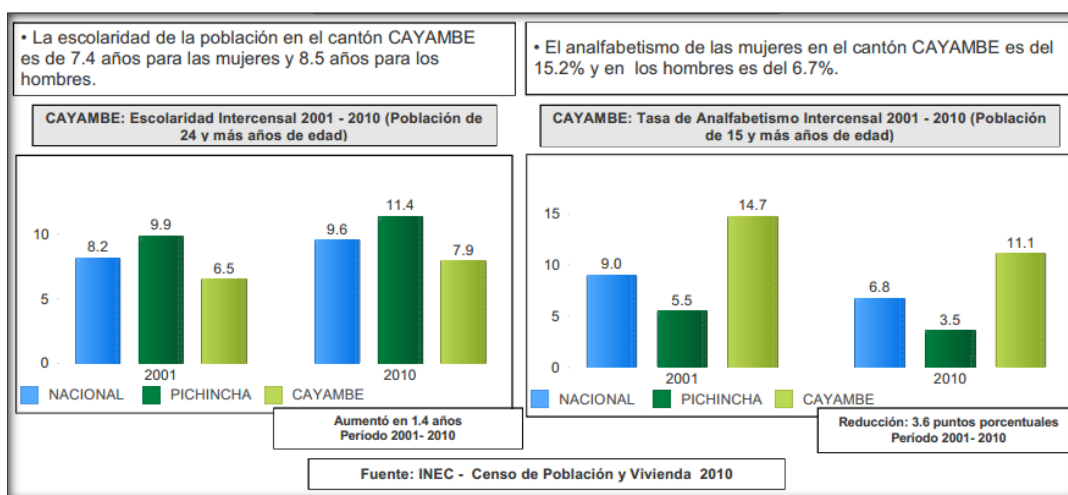


Figura 38 Acceso a la escolaridad de los habitantes de Cayambe
Fuente: (INEC, 2010)

Por otro lado en estudios más recientes a nivel general se ve una disminución de la pobreza en las áreas rurales a pesar que existe un ligero incremento del año 2014 a 2015.

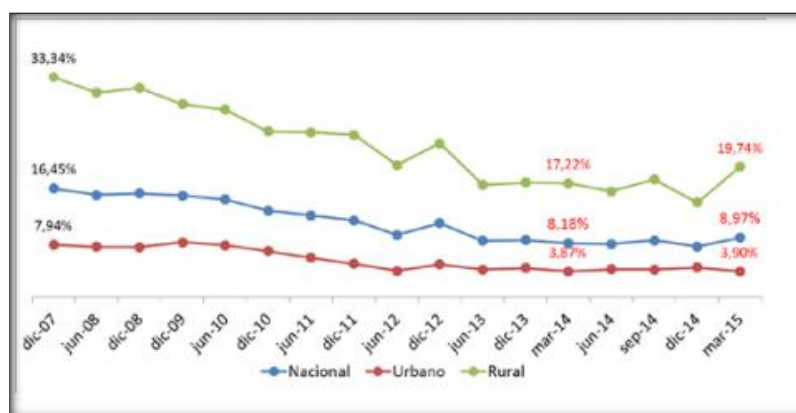


Figura 39 Índice general de pobreza en Ecuador según ingresos
Fuente: (INEC, 2015)

Se considera que una persona es pobre cuando sus ingresos están por debajo de la línea de pobreza, ésta en la actualidad se ubicó en el informe de marzo de 2015 en 82,11 dólares mensuales por persona. Existe extrema pobreza cuando los ingresos corresponden a \$46,27 dólares o menos. A nivel urbano el índice de pobreza es de 15,07% y la extrema pobreza 3,9% mientras que en el área rural las cifras son mayores, de 43,35% la pobreza y la extrema pobreza de 19,74%. (INEC, 2015).

Un reporte más particular sobre las parroquias de Cayambe con mayor índice de pobreza indican los siguientes datos:

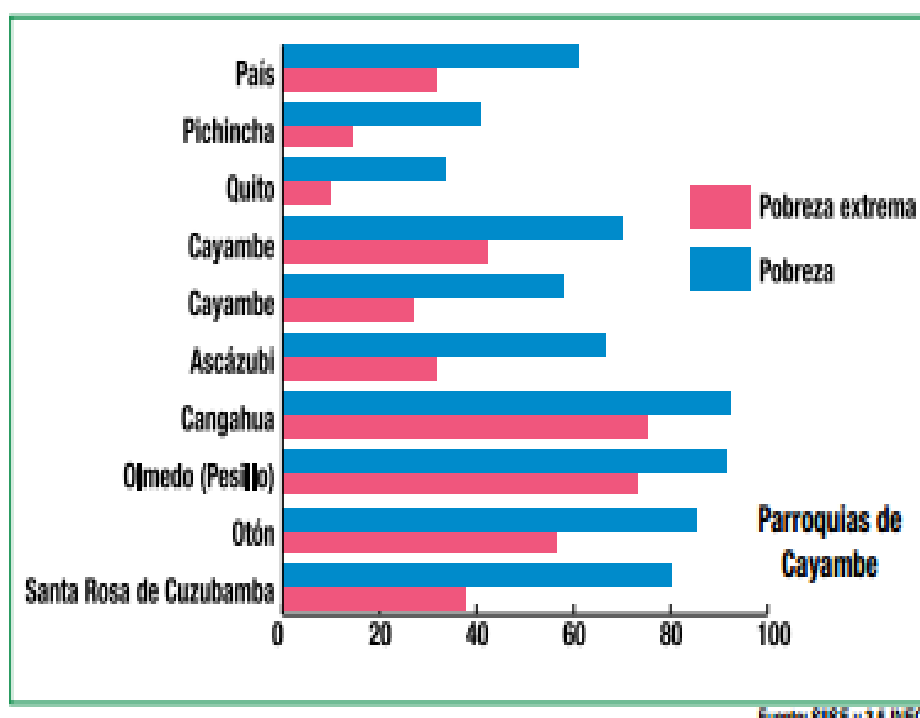


Figura 40 Comparación de pobreza entre parroquias de Cayambe
Fuente: (INEC, 2010)

En este informe se demuestra que entre Quito y Cayambe el Cantón de Cayambe presenta un índice mucho más alto de pobreza que Quito, también Cayambe tiene mayor número de parroquias rurales, las mismas que presentan el mayor índice de pobreza en comparación a las urbanas, siendo Olmedo y Cangahua en las que mayor índice de pobreza extrema existe entre sus pobladores.

3.4.4. Factores Políticos.

La vida política de Cayambe se ha desarrollado en medio de varios incidentes debido a los continuos cambios de la parroquia a cabecera cantonal, respecto a este tema, cuando se disolvió la Gran Colombia, Cayambe volvió a ser parroquia de Otavalo y es en 1851 cuando nuevamente se crea el Cantón Cayambe, pero apenas un año después nominan a Tabacundo como cabecera cantonal y Cayambe vuelve a ser parroquia. (AME) Son varias las divisiones parroquiales que se han realizado en el Cantón, produciéndose desmembraciones como lo fueron las parroquias de El Quinche y Guayllabamba hasta que finalmente podríamos decir en la actualidad que:

El Cantón de Cayambe cuenta con 8 parroquias, tres urbanas y cinco rurales, las urbanas son: Ayora, Juan Montalvo, Cayambe y las rurales: Ascázubi, Cusubamba, Otón, Cangahua y Olmedo.

Cayambe es un Cantón cuyo gobierno es autónomo y descentralizado, por lo cual goza de autonomía política y financiera, en el gobierno autónomo de Cayambe, se prioriza la participación ciudadana, y se establece como principios de la gestión municipal el principio de la interculturalidad y el principio de la plurinacionalidad. En el Cantón Cayambe rige y gobierna la municipalidad, hay también la junta de miembros de concejo cantonal. La municipalidad está representada por el Alcalde, quien es la máxima autoridad. Las parroquias ya sean urbanas o rurales, tienen también sus representantes de gobierno.

La autonomía del gobierno está dispuesta y respaldada en el artículo 240 de la Constitución de la República del Ecuador, mismo que indica que ésta autonomía contempla las facultades legislativas y ejecutivas en el ámbito de su competencia y jurisdicción territorial. (Constitución de la República Del Ecuador, 2008) Acerca de la jurisdicción territorial; el COTAD en su Art. 5, inciso 3, determina que la autonomía administrativa consiste en el pleno ejercicio de la facultad de organización y de gestión de sus talentos humanos y recursos materiales para el ejercicio de sus competencias y cumplimiento de sus atribuciones, en forma directa o delegada, conforme a lo previsto en la Constitución y la ley.

Dentro de las atribuciones que tiene el Alcalde como autoridad principal consta que debe resolver todos los asuntos correspondientes a su cargo y expedir previo conocimiento del Concejo la estructura orgánica del GAD. Las instituciones adscritas a la alcaldía son: Consejos Cantonales, Cuerpo de Bomberos, EMAPAAC, Unidad Ejecutora para la Protección de Derechos y Registro de la Propiedad.

Dentro de las funciones de los gobiernos municipales se encuentra que deben: Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines, formar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales. (Guías Org.) Por lo que podemos deducir que el desarrollo de un modelo comercial de turismo que tiene como objeto este estudio, compete a las autoridades cantonales en gran medida, es de su interés y facilita su labor.

3.4.5. Factores Sociales.

Los factores sociales de una población tiene relación con: marginación, educación, problemas agrarios, migración, de estas características que componen el ambiente social de determinados pueblos. Cayambe es un cantón donde conviven varias culturas, como la indígena quichua , mestizos, culturas afro y un importante flujo de otros pueblos que llegan de todas las provincias del Ecuador como parte del flujo migratorio que ha ocasionado la actividad florícola. En el cantón existen todavía, índices altos de deserción escolar, teniendo como preparación escolar en su mayoría únicamente la primaria.

En el cuadro siguiente se muestran algunos indicadores socioeconómicos del cantón en base al censo de población y vivienda realizado en el año 2001 y la encuesta del año 2006 sobre las condiciones de vida.

Tabla 31**Situación Económica y Social de Cayambe**

Población (CENSO 2001)	69 800
Analfabetismo	14,8%
Proyecciones de desnutrición crónica – niños de 1 a 5 años (al 2006)	34,4%
Población económicamente activa (PEA-2001)	28 822
Incidencia de la pobreza de consumo	51,6%
Pobreza por necesidades básicas Insatisfechas (NBI)	70,00%
Extrema pobreza por necesidades básicas Insatisfechas (NBI)	42,20%
Pobreza por consumo	42,30%
Tasa de desempleo	1,6%

Fuente: (INEC, 2008)

Respecto a la escolaridad los principales cantones en donde se presenta índices altos de analfabetismo son Pedro Moncayo y Cayambe.

El fenómeno migratorio es otra realidad social que enfrentan los pobladores del cantón, ésta se produce en varias parroquias, ya que la actividad agrícola no siempre les permite tener suficientes ingresos económicos. Debido a que los pobladores adolecen de fuentes de trabajo u otras opciones que les permitan mejorar el nivel de vida tanto para cada uno como para sus familias, muchos han decidido migrar, estas migraciones traen consigo consecuencias como la desintegración familiar y bajo rendimiento escolar de los niños que pasan por este tipo de situaciones.

Frente a este contexto social, las autoridades del Cantón Cayambe impulsando políticas para mejorar y proporcionar medidas de ayuda conjuntamente con planes nacionales se ha establecido programas sociales tales como el bono de desarrollo humano, créditos entre otros.

En el cuadro siguiente se puede apreciar los programas sociales así como el número de beneficiarios de los mismos.

Tabla 32

Programas sociales y beneficiarios

PROGRAMAS SOCIALES	BENEFICIARIOS PICHINCHA	BENEFICIARIOS CAYAMBE	UNIDADES	FECHA
Bono de Desarrollo Humano (BDH)	107848	10449	Madre, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Crédito de Desarrollo Humano (CDH)	123	17	Madre, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Instituto de la Niñez y la Familia (INFA)	21636	2251	Niños y niñas	Enero – Marzo 2012

Fuente: (SENPLADES, 2014)

3.4.6. Factores Tecnológicos.

En cuanto a los factores tecnológicos que presenta el Cantón Cayambe se determina por la capacidad de adquisición de equipos que mejoren la calidad de vida de los habitantes del cantón, en este sentido para establecer un modelo de comercialización turística el factor tecnológico muestra cuán grande o que grado de aceptación ha tenido este sector en materia tecnológica y comunicación como telefonía, seguridad, internet, electricidad entre otros que mejoren el servicio de turismo en el Cantón y la capacidad competitiva frente a otros lugares turísticos.

En el país en diferentes áreas se ha debido integrar las nuevas herramientas tecnológicas para el desarrollo de procesos administrativos, para mejorar la comunicación o para mejorar el nivel de atención a clientes de diversas áreas. Sin embargo no en todas las provincias del país se cuenta con el acceso a estas herramientas o con los conocimientos sobre su uso.

No se cuenta con datos específicos del Cantón Cayambe acerca del acceso a las nuevas tecnologías, sin embargo según datos del INEC el 28,3% de los hogares a

nivel nacional tienen acceso a internet, de esto en área urbana un 37% y en rural 9,1% de lo que se deduce que existe poco acceso a internet todavía en las principales parroquias de Cayambe. En la provincia de Pichincha es donde más gente utiliza un computador, con un 56,2%, pero todavía existe desconocimiento del funcionamiento de esta herramienta, siendo así que todavía un 20% de los ecuatorianos son analfabetos digitales, en el área rural el porcentaje es de 30,6% , una cifra que ha disminuido en comparación a otros años. (INEC, 2013)

En el comercio del turismo, la innovación de las tecnologías es necesaria ya que entre sus beneficios se encuentra la publicidad de los sitios turísticos, las redes informáticas y su posterior expansión hacen posible las relaciones a largas distancias entre personas que comparten gustos e ideas, son espacios sin fronteras que permiten dar a conocer de las opciones de visita que tienen los turistas, así como también facilitan transacciones económicas, sociales y empresariales. Tener el equipo necesario, fácil acceso a las tecnologías y poseer el conocimiento adecuado para llevar a cabo las tareas crea una ventaja de competencia.

El Cantón requiere mayor impulso y capacitaciones respecto al acceso y uso de las tecnologías ya que éstas han modificado los modelos de negocios incluso en la rama turística pues se las utiliza en hoteles, aerolíneas, restaurantes, servicios de viajes, tour operadores, por lo que juegan un rol muy importante a la hora de acercarse y satisfacer las demandas del cliente.

3.4.7. Factores Ecológicos.

Los factores ecológicos de una región tienen que ver con su flora, fauna, clima. El Cantón Cayambe cuenta con una reserva ecológica extensa, ésta es el parque Cayambe – Coca, el Estado lo estableció como patrimonio nacional protegido y el Ministerio del Ambiente se encarga de administrarlo para poder seguir sustentando su preservación, de manera que el sitio se presta para visitas turísticas y esto permite incrementar los ingresos económicos de la región y a la vez mantener el parque.

Las diferentes características propias del Cantón Cayambe conforman un aspecto elemental que define aspectos sociales, culturales, políticos y económicos. Como factor ecológico destaca la geografía del Cantón Cayambe determinado por elevaciones, ríos, parajes, zonas ecológicas, reservas naturales, entre otros recursos naturales que son muy poco aprovechados en cuanto turismo ecológico se refiere. En Cayambe además del parque existen otros lugares naturales de interés para el turista, que puede disfrutar de bellos paisajes y realizar varias actividades.

El volcán Cayambe es uno de los principales atractivos del Cantón, se encuentra a 5780 metros sobre el nivel del mar, de los páramos del volcán nacen los principales ríos, entre los que se encuentra San José, Cariacu, Cangahua. Los recursos hídricos de la región, a pesar de la degradación conservan su belleza natural y cumplen con abastecer de agua a los pobladores, la vegetación que solía ser más extensa ha sido víctima también de la mano del hombre, provocando la pérdida de la diversidad de cultivos y creando áreas de pastizales que han afectado la calidad de la flora y fauna nativa por lo que el Ministerio de Ambiente pone énfasis en regularizar las actividades que se realizan en estos sitios.

El sistema montañoso del Cantón, el agroturismo vinculado a la vida rural de los pobladores y ofertado a los turistas, junto con actividades de deporte y aventura conforman los principales atractivos de Cayambe. Como principales destinos naturales en los cuales se puede apreciar el ecosistema del Cantón tenemos cuatro rutas turísticas determinadas por el Municipio de Cayambe.

Tabla 33.
Rutas turísticas del Municipio Cayambe

RUTA	Unidades de Interés Turístico UITs
De las Haciendas	Pesillo La Chimba – San Marcos Cariacu Paquiestancia Sayaro Gualimburo El Hato Puliza Santo Domingo 1 Santo Domingo 2
Guachalá – Mitad del Mundo	Guachalá – Mitad del Mundo
Qhapac Nan	Pambamarca – Chumillos – Pucará
Puntiatzil - Cayambe	Puntiatzil – Cayambe

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Centro Cayambe 2009-2013, Pág.3

3.4.8. Factores Legales.

Los factores legales tienen que ver con reglamentos, lineamiento y normativa legal presente en el país y la región, en el caso del Cantón Cayambe, son las reglas que influyen en el desarrollo y administración de todo el territorio y que establecen ciertas normativas y ordenanzas emitidas desde las autoridades.

Las leyes relacionadas con el turismo tienen que ver con el manejo de los bienes considerados Patrimonio Cultural de la Nación o Áreas Protegidas, mismas que permiten establecer que actividades se pueden llevar a cabo y cuáles no, en esos sitios. Cada empresa prestadora de bienes y servicios se rige según el marco legal que rija en el territorio en que está ubicada.

3.5. Análisis FODA

Un análisis FODA surge a partir del reconocimiento de los elementos y factores que ayudan a las organizaciones o personas a identificarse en un entorno competitivo, con la finalidad de proporcionar elementos para gestionar o implementar medidas correctivas y generación de nuevos proyectos.

El análisis FODA establece amenazas y oportunidades como elementos que surgen del ambiente externo a la institución, mientras que las fortalezas y las debilidades responden a un factor netamente interno de la propia organización.

Así el análisis FODA para el Cantón Cayambe responde a:

Fortalezas

Las fortalezas son factores internos relacionados a la propia organización, por tanto son controlables, es decir se puede implementar medidas para aprovechar dichas fortalezas con las que cuenta el Cantón.

Oportunidades

Las oportunidades son factores ajenos a la administración del Cantón Cayambe por lo tanto no son controlables pero que sin embargo favorecen al Cantón en el desarrollo y fortalecimiento de los sectores productivos.

Debilidades

Las debilidades son factores internos que se caracterizan por ser parte de la organización, por ello son considerados como puntos débiles o poco atendidos por las autoridades. Sin embargo son remediabiles.

Amenazas

Las amenazas por su parte son factores que de igual forma son externos al Cantón, sin embargo se presentan como perjudiciales frente a los deseos de cumplir los objetivos encaminados al desarrollo y mejoramiento de los habitantes del Cantón Cayambe.

Por tanto se puede decir que son factores que obstaculizan e impiden la implementación de estrategias y objetivos favorables.

3.5.1. MATRIZ RESUMEN FODA

Tabla 34
Matriz Resumen FODA

Fortalezas

- Presencia del Plan de Desarrollo Participativo Cantonal
- Riqueza del suelo (variedad de suelos)
- Manejo sustentable de los recursos naturales
- Existencia de 5 pisos productivos agrícolas
- Recurso humano y natural
- Suficientes recursos hídricos
- Presencia de industrias lácteas, floricultoras y otras
- Fomento de identidad cultural
- Vías terrestres de primer orden
- Presencia de Atractivos turísticos y sitios arqueológicos, paisaje natural (nevado Cayambe, laguna de San Marcos, valles andinos, entre otros)
- Desarrollo Participativo del Cantón, organización social fuerte (mingas - planificación).

Oportunidades

- Crecimiento del turismo ecológico, innovación y emprendimientos
- Asignación de recursos nacionales e internacionales para un óptimo manejo ambiental
- Estudios y proyectos realizados desde las diferentes universidades encaminadas a mejorar falencias en los distintos sectores económicos del Cantón.
- Alianzas con ONG y organismos financieros para ejecución de obras
- Conectividad vial interprovincial
- Prioridad nacional e internacional al desarrollo de las comunidades indígenas
- Posicionamiento estratégico
- Trabajo conjunto Concejo Municipal y el pueblo

Continúa...

Debilidades

- Avance de la frontera agrícola por falta de regulaciones
- Quemadas, talas y contaminación por falta de conciencia ambiental
- Falta de planes de ordenamiento urbano y territorial
- Pocas vías y carreteras adecuadas para conectarse con los centros importantes
- Sistema de recolección de basura deficiente
- Crecimiento urbano acelerado y sin adecuada planificación
- Insuficiente presupuesto municipal
- Falta de infraestructura turística
- Poca promoción de los atractivos turísticos.
- Falta incorporar valor agregado a la producción
- Ausencia de nuevas tecnologías y falta de capacitación
- A culturización y pérdida de identidad

Amenazas

- Ausencia de un plan de comunicación que articule a todas las parroquias.
- Políticas de división de los páramos.
- Obstáculo en cuanto a obras y proyectos por temas de politiquería al interior de las autoridades
- Algunas leyes no son equitativas (tributarias)
- Inexistencia de garantías de inversión a las empresas (estímulos, regulaciones, etc.)
- Contaminación ambiental, falta de controles sobre impactos ambientales.
- Altos riesgos cambios del entorno
- Resistencia al cambio
- Erosión del suelo

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Centro Cayambe 2009-2013

3.5.2. MATRIZ FODA

Tabla 35
Matriz FODA

Entorno Externo	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Entorno Interno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento del Turismo Ecológico. 2. Asignación de recursos nacionales e internacionales. 3. Estudios y proyectos realizados desde las diferentes universidades. 4. Alianzas con ONG y organismos financieros para ejecución de obras 5. Conectividad vial interprovincial 6. Prioridad nacional e internacional al desarrollo de las comunidades indígenas 7. Posicionamiento estratégico 8. Trabajo conjunto Concejo Municipal y el pueblo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de un plan de comunicación que articule a todas las parroquias 2. En cuanto a lo ambiental a través del Ministerio del Ambiente se propone una política de división de los páramos. 3. Se genera un obstáculo en cuanto a obras y proyectos por temas de politiquería al interior de las autoridades 4. Algunas leyes no son equitativas (tributarias) 5. Inexistencia de garantías de inversión a las empresas (estímulos, regulaciones, etc.) 6. Contaminación ambiental, falta de controles sobre impactos ambientales. 7. Altos riesgos cambios del entorno 8. Resistencia al cambio
	FORTALEZAS <ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia del Plan de Desarrollo Participativo Cantonal 2. Características /riqueza del suelo (variedad de suelos) 3. Manejo sustentable de los recursos naturales 4. Existencia de 5 pisos productivos agrícolas 5. Recurso humano y natural 6. Suficientes recursos hídricos 7. Presencia de industrias lácteas, florícolas y otras 8. Fomento de identidad cultural 9. Vías terrestres de primer orden 10. Presencia de atractivos turísticos y sitios arqueológicos, paisaje natural (nevado Cayambe, laguna San Marcos, valles andinos, 	FO <p>F10.O1.Fortalecer mediante el plan de desarrollo participativo los atractivos naturales y arqueológicos turísticos.</p> <p>F8 O6 Diseñar un plan de promoción turística.</p> <p>F4.O3 Promover el desarrollo de proyectos propuestos por estudiantes.</p>

Continúa...

entre otros) 11. Desarrollo participativo del Cantón, organización social fuerte (mingas - planificación).		
	DO	DA
DEBILIDADES		
1. Avance de la frontera agrícola por falta de regulaciones	D10. O8. Establecer planes operativos con el fin de obtener financiamiento para adquirir equipos tecnológicos.	D9. A5. Fortalecer el proceso turístico del sector mediante capacitación y estrategias que permitan la inversión empresarial.
2. Quemadas, talas y contaminación por falta de conciencia ambiental		
3. Falta de planes de ordenamiento urbano y territorial		
4. Pocas vías y carreteras adecuadas para conectarse con los centros importantes	D4. O4. Determinar estrategias y acciones operativas que permiten adecuar las carreteras mediante el apoyo de aliados estratégicos.	D10. A8 Determinar acciones que permitan aumentar las ventas de producción.
5. Sistema de recolección de basura deficiente		
6. Crecimiento urbano acelerado y sin adecuada planificación		
7. Insuficiente presupuesto municipal		
8. Falta de infraestructura turística		
9. Poca promoción de los atractivos turísticos	D1. O6. Desarrollar un plan estratégico y operativo para fortalecer la comercialización de la comunidad indígena en productos agrícolas.	D11. D8. Capacitar al Cantón con el fin de fortalecer el proceso de comercialización.
10. Falta incorporar valor agregado a la producción		
11. Ausencia de nuevas tecnologías y falta de capacitación		
12. Aculturación y pérdida de identidad		

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Centro Cayambe 2009-2013

3.5.3. Análisis FO, FA, DO, DA

Tabla 36

Análisis

Análisis FO	Análisis FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el plan de desarrollo participativo cantonal para fortalecer el crecimiento del turismo ecológico. 2. Generar un manejo sustentable de los recursos naturales, la riqueza del suelo mediante la asignación de recursos económicos e implementación de proyectos que contribuyan al cuidado y preservación del mismo. 3. Aprovechar el recurso humano y natural a través de alianzas con organismos e instituciones que financien la ejecución de proyectos y actividades de innovación. 4. Presencia de industrias lácteas, floricultoras entre otras que fomentan el trabajo conjunto con el consejo municipal. 5. Identidad cultural para propiciar la participación de las comunidades indígenas del Cantón. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ejecutar conjuntamente con el plan de desarrollo participativo cantonal para articular a las parroquias del cantón. 2. Manejar sustentablemente los recursos naturales no permitir la división de los paramos 3. Aprovechar el recurso humano y natural dejando de lado politiquerías e intereses personales. 4. Mejorar las garantías de inversión para las empresas e industrias lácteas, florícolas y otras. 5. Aprovechar las características naturales del suelo con la mayor responsabilidad para controlar la contaminación. 6. Fomentar un turismo que conserve el entorno y los atractivos turísticos.
Análisis DO	Análisis DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir fronteras agrícolas para regular el territorio. 2. Concientizar la preservación ambiental mediante un turismo ecológico. 3. Buscar recursos nacionales para la creación de más vías de acceso. 4. Promocionar y difundir el turismo a través de los estudios de marketing de los distintos proyectos universitarios que son aplicados en el cantón. 5. Implementar tecnologías para lograr un posicionamiento estratégico determinado por un trabajo conjunto Concejo Municipal y el pueblo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un plan de comunicación que articule a las parroquias. 2. Proponer a los ministerios competentes la implementación de ordenamientos agrícolas y de territorio de crecimiento urbano. 3. Dejar de lado asperezas entre miembros y autoridades para dar continuidad a los proyectos. 4. Fomentar un programa para la recolección de basura y mejorar estéticamente al Cantón. 5. Solicitar mayores fuentes de financiamiento para inversión logrando mejorar la infraestructura turística. 6. Fortalecer la identidad cultural del Cantón.

Fuente: Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Centro Cayambe 2009-2013

CAPÍTULO IV

DETERMINACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL CANTÓN CAYAMBE.

4.1. Oferta

El Cantón Cayambe se encuentra en la serranía ecuatoriana, el clima es templado cálido, mantiene una temperatura media anual de 15° C. los pobladores del cantón se dedican en su mayoría a la agricultura, en menor porcentaje realizan artesanías y una gran mayoría trabaja en las plantaciones florícolas de Cayambe y Tabacundo.

Perteneciente al mundo de los Andes, Cayambe tiene varios pueblos indígenas con sus propias costumbres y tradiciones, según la comunidad a la que pertenecen y por lo tanto, mucho que ofrecer para la actividad turística, como parte de los productos que tiene esta región, tenemos:

- Circuitos Turísticos generales
- Turismo Comunitario
- Turismo Cultural: patrimonio cultural, mercado y artesanías, turismo religioso, turismo urbano, turismo arqueológico, haciendas históricas.
- Ecoturismo y turismo de naturaleza: Observación de flora y fauna.
- Deportes y aventura: escalada, trekking o caminatas de largas distancias, ciclismo de montaña.
- Turismo de Salud: termalismo y spa.
- Agroturismo. (Minsiterio de Relaciones Exteriores, 2012)

Alojamiento:

En Cayambe se ofrece cómodo alojamiento a sus visitantes, los valores varían pudiendo ser habitaciones sencillas, hasta habitaciones de lujo, muchos de los

alojamientos se encuentran a poca distancia del Centro Histórico y algunos de ellos son haciendas que se han adaptado para hospedajes. La mayoría de habitaciones de las estancias, cuentan con baño privado con agua caliente, televisión a color con vía cable, y en algunos casos internet inalámbrico.



Figura 41 Alojamiento

Fuente: <http://qec.bstatic.com/images/hotel/840x460/198/19819222.jpg>

Gastronomía:

El cantón se caracteriza por ser una tierra productora de lácteos y flores pero también se caracteriza por su gastronomía, dentro de sus productos gastronómicos resaltan los manjares de la región, quesos de hoja y bizcochos.

Un plato propio de la zona es el Uchujacu que consiste en una colada de harina con varios granos (fréjol, haba, arveja), una presa de cuy asado o frito, un huevo cocinado, una papa y mote, la chicha es una bebida típica de la región, ésta es un fermento a base de maíz y hierbas aromáticas, esta bebida formaba parte de los relatos de los españoles en sus crónicas en la época de la conquista. (Viajando, 2014)



Figura 42 Plato Uchujacu

Fuente: http://www.elcomercio.com/files/content_thumbnail/uploads

Celebración de las Fiestas:

Las fiestas tradicionales son una forma de resistirse al cambio y de hacer perdurar su cultura y sus costumbres, en Cayambe éstas hacen referencia a la relación del hombre con la madre tierra o madre naturaleza, en el cantón se celebra varias fiestas, de ellas las más importantes son la celebración del Inti Raymi y las fiestas dedicadas al patrono San Pedro.

La fiesta del Inti Raymi

Una de las fiestas más importantes es la fiestas del Inti Raymi, o cambio de solsticio, esta celebración no sólo se lleva a cabo en Cayambe, es una fiesta que se celebra en todo el callejón andino y de hecho en todo el mundo indígena, la celebración se realiza el 21 de junio; las Octavas: 30 de junio; las Oyanzas: 21 de septiembre; fiestas principales de Cayambe: 29 de junio (ViajandoX, 2014).

El 29 de junio es el día principal de la fiesta cayambeña, donde realizan hermosas coplas en el parque central, continúan con la tradición “toma de la plaza”, con danzas dirigiéndose al Templo Sagrado de Puntiatzil, donde se selecciona a las Ñustas del Sol. (Viajando, 2014)



Figura 43 Fiesta Inti Raymi

Fuente: <http://www.surtrek.org/blog/wp-content/uploads/2014/09/CAYAMBE-INTI-RAYMI-3-.jpg>

Las Fiestas de San Pedro

Es otra de las celebraciones que se realiza en Cayambe, y tienen un significado ritual ceremonial de tipo ancestral, pues antiguamente en ella se invocaba al Dios Sol y se agradecía por las buenas cosechas del año. En la actualidad es una tradición que año tras año se la festeja con gran vistosidad y colorido que se la refleja en las vestimentas de los personajes típicos de las fiestas como son la chinucas, el diabluma y el aruchicos. (Viajando, 2014)



Figura 44 Fiestas de San Pedro

Fuente: <http://www.ecuadoratualcance.com/images/EATA-022-Fiestas-San-Pedro-007.jpg>

Actividades:

Caminatas:

Las caminatas guiadas son actividades turísticas que se oferta en el cantón Cayambe, éstas se realizan a destinos como la Laguna de San Marcos, en esta caminata los turistas disfrutan de la vista de hermosos paisajes, también se realiza caminatas y ascensiones guiadas al volcán Cayambe y Volcán Sara Urco.



Figura 45 Caminatas

Fuente: http://www.rutacero.com.ec/imagenesweb2/aefa27_Lagunas_de_Pa-pallacta.JPG

Pesca Deportiva:

La pesca deportiva es una actividad que se oferta en Cayambe en lugares como la laguna de San Marcos, cuyas aguas cristalinas son hábitat natural de una gran cantidad de truchas arco iris. (Viajandox, 2014)



Figura 46 Pesca deportiva

Fuente:http://www.andesadventure.net/ecuador_tours_es/cayambe-glacier-school.html

Fotografía:

Cayambe cuenta con paisajes naturales divinos que encantarán a los turistas, su naturaleza y fauna merece ser recordada, en los diferentes sitios naturales que el turista visitará durante su estadía puede realizar fotografías para recordar su estancia en el cantón.

Camping:

Los turistas pueden realizar camping en los diferentes sitios atractivos del cantón Cayambe como: la laguna San Marcos y el volcán Cayambe.



Figura 47 Camping

Fuente: http://www.andesadventure.net/ecuador_tours_es/cayambe-glacier-school.html

Visita a comunidades Indígenas

El turismo comunitario beneficia directa o indirectamente a los pobladores y éste se ofrece en Cayambe principalmente en las parroquias de Otón y Olmedo.



Figura 48 Visita a comunidades indígenas

Fuente: <http://www.turismo.gob.ec/cayambe-invita-a-los-turistas-para-disfrutar-de-identidad-magia-y-folclor-andino/>

4.1.1. Inventario de los atractivos turísticos

El Cantón Cayambe cuenta con varios atractivos turísticos, entre ellos podemos citar:

Museo Arqueológico de Cayambe
Iglesia Matriz de Cayambe
Volcán Cayambe
Pucaráes de Pambamarca
Casa de Hacienda Guachalá
Laguna San Marcos
Volcán Sara - Urcu
Bizcochos de Cayambe
Los Hieleros del Cayambe
Parroquia Olmedo
Parroquia de Cangahua
Parroquia Ascazubí
Fiestas de San Pedro
Monumento a la Mitad del Mundo
Cascada de Cuchicama
Cascada del río Cariyacu
Termas de Oyacachi
Reserva Ecológica Cayambe - Coca
Complejo Arqueológico de Puntiatzil
Fiestas del Solsticio
Pueblo Indígena Kayambi

4.1.2. Categoría: Sitios Naturales

Cayambe cuenta con muchos lugares naturales hermosos, la principal atracción es el volcán Cayambe que está constituido de dos elevaciones, el primero conocido como viejo Cayambe, constituido por una sucesión de flujos de lava, en su mayoría de composición andesítica (cidbimena.desastres) y la otra conocido como nevado Cayambe construido luego de un período de reposo y de erosión importante sobre los restos del viejo Cayambe. Para que los bienes naturales tengan interés para realizar turismo cultural, deben cumplir ciertos requisitos, para Rodolfo Vásquez, esto es:

... a) ser ejemplos sobresalientes y representativos de los diferentes períodos de la historia de la Tierra, incluyendo el registro de la evolución de los procesos geológicos significativos en curso, del desarrollo de las formas terrestres o elementos geomórficos o fisiográficos significativos; b) contener fenómenos naturales extraordinarios o áreas de una belleza natural y una importancia estética excepcionales; c) contener los hábitats naturales más importantes y más representativos para la conservación in situ de la diversidad biológica, incluyendo aquellos que alberguen especies amenazadas que posean un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación. También son criterios importantes, la protección, la administración y la integridad del sitio. (Vásquez, 2005)

Siendo así, el Cantón cuenta con diversidad de especies, con lugares naturales de gran belleza y de importancia histórica para la humanidad, con sitios de asombroso encanto producto de procesos geológicos importantes.

4.1.3. Registro y sistematización de sitios naturales

Entre los sitios naturales más hermosos que tiene el Cantón Cayambe, contamos con los siguientes:

El Volcán Cayambe

En la Cordillera Oriental de los Andes, con una altura de 5790m se encuentra el volcán Cayambe, motivo del nombre de la población del cantón de mismo nombre. Es un volcán inactivo pero que podría entrar en actividad a largo o mediano plazo, se conoce la existencia de ceniza volcánica de hace 600 años, apenas prehistórica. (hipecuador.com)

Cayambe es el único nevado del mundo que está atravesado por la Línea Equinoccial. El clima en la zona es relativamente frío, con temperaturas que oscilan entre los 8° y 14° C, en esta zona se encuentran especies animales como el armadillo, la guatusa, el conejo, el oso de anteojos, aves como gorriones y loros y plantas nativas como la almohadilla, la valeriana entre otros.

Las actividades que se realiza en esta zona son ascensiones a las cumbres, caminata por los glaciares y camping. (Viajandox, 2014)



Figura 49 Volcán Cayambe

Fuente;https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/6/68/Volcan_Cayambe.JPG/270px-Volcan_Cayambe.JPG

La Laguna San Marcos

La Laguna San Marcos es un lugar en el que los turistas tienen varias opciones de actividades para realizar tales como: pescar, acampar, caminar y pasear en bote. En la caminata hacia la laguna, se puede observar diferentes paisajes naturales y atractivos naturales como: Bosque de alisos, cabañas de San Juan de Palahurco, vertiente de agua ferruginosa, cascada de agua clara de Tornillos y Vado de Molinoyacu. (Viajandox, 2014)

La laguna está ubicada en medio del bosque primario de la reserva ecológica Cayambe-Coca, a 3.400 metros sobre el nivel del mar, la laguna se formó por la erupción volcánica del volcán Cayambe.

Para llegar a la laguna San Marcos se debe recorrer 24 kilómetros desde Cayambe; pasar por las comunidades de Olmedo, Pesillo y La Chimba hasta llegar a

la reserva ecológica Cayambe-Coca. La vía se encuentra en buen estado y el carro llega hasta el filo de la laguna.

En el lugar existe diversidad de flora y fauna, considerada única en el país. Hay 15 variedades de aves y plantas en proceso de extinción. Quienes deciden ir a la laguna deben tomar en cuenta que deben ir acompañados de un guía debido a que la espesura de la montaña constituye un peligro para quienes no conocen la zona.

Desde San Marcos es posible ingresar a las lagunas de La Alegría y a la cascada conocida como La Chorrera en donde es frecuente ver dantas. Por el borde occidental de la laguna existe un sendero que recorre la zona de páramo entre vegetación de pajonal y algunas especies arbustivas. (Viajando, 2014).

La laguna de San Marcos tiene atractivos extra como los ríos que la circundan que son ríos San Pedro, Blanco, La Chimba, Ucshapamba (Viajando, 2014) y otros que se deslizan por los páramos, permitiendo que los turistas realicen algunas actividades al aire libre.



Figura 50 Laguna San Marcos

Fuente:http://www.touribarra.gob.ec/esp/images/web/actividades/l_sanmarcos.jpg

Laguna de Puruhanta:

Se encuentra en la parroquia de Olmedo, cercana también a Ibarra, tiene la forma de un cráter de volcán y se encuentra incrustada entre riscos y montañas, este atractivo forma parte de la reserva de Cayambe – Coca.

Se encuentra cubierta por un denso ecosistema: el Bosque Nublado. Dando lugar a una exuberante y única vegetación como son: Las epifitas, heliconias, orquídeas, bromelias, y musgos. Variedad de helechos, líquenes, palmas, sangre de drago, árbol de canelo, arrayán, matache, guayabillo, aliso, cedro, guarumo, y otras. (...) La existencia de remanentes del bosque primario permite la conservación de especies endémicas como: Venados, guatusas, guantas, puerco sahino, oso de anteojos, pumas, cuy de monte. Otras especies que se pueden encontrar son: las ardillas, armadillos, tigrillos, zorrillos; variedad de aves tales como gavián, gallo de la peña, y una variedad de insectos y arañas, anfibios como sapos de diferente especie. (Viajandox, 2014)



Figura 51 Laguna de Puruhanta

Fuente: <http://www.trekkinginecuador.com/Graphics/Puruhanta.jpg>

El Volcán Sara – Urcu

Su nombre proviene del quechua Sara que significa maíz y urcu que significa cerro, entonces "Cerro de Maíz". Fue venerado por los pueblos preincaicos de la sierra norte del Ecuador, también los incas le rendían culto. Extraían minerales y piedras preciosas que se originan de las laderas y cuencas de los ríos.

El Sara - Urcu por su figura de roca es misterioso. Su forma y ubicación alberga ecosistemas amazónicos y de altura, constituyéndose en uno de los refugios de fauna silvestre más importantes y mejor conservados. (Viajandox, 2014)



Figura 52 El Volcán Sara – Urcu

Fuente: http://www.montanita.com/img/galeria_p/1703saraurco3.jpg

Cascada de Cuchicama

La cascada de Cuchicama ofrece una vista espectacular, se encuentra escondida entre montañas y rodeada de una excelsa naturaleza.

La cascada toma el nombre del río Cuchicama, nace en las faldas del volcán Cayambe, es utilizado para el riego de las tierras que se encuentran a su paso. Su agua es clara y limpia, al recorrer esta cascada se observa dos caídas de agua. (...) La fusión de las aguas limpias y transparentes levanta una gran

estela de agua pulverizada, de un gran paisaje natural de gran belleza, se puede observar piscinas naturales formadas por sus aguas. (gadmunicipalcayambe).



Figura 53 Cascada de Cuchicama

Fuente:http://www.viajandox.com/pichincha/pich_cayambe_cascadacuchicama1.jpg

Cascada del Río Cariyacu

El río durante su trayecto forma alrededor de 10 caídas de agua, lo que lo hacen único en la zona, no hay senderos establecidos para acceder a la cascada ya que los que existían anteriormente se han ido cubriendo con la maleza, para llegar a la primera cascada toma aproximadamente una hora treinta minutos de camina por un chaquiñán y otra tramo por el río mismo. (Viajandox, 2014).



Figura 54 Cascada del Río Cariyacu

Fuente: <http://1.bp.blogspot.com/-KACKaTsgbNg/Tsg3v8MXfJI/AAAAAAAAAPk/qTDgxZWxyil/s1600/cariacu10.jpg>

Reserva Ecológica Cayambe – Coca

La Reserva tiene la mayor diversidad de flora y fauna del Ecuador. De la parte alta de la Reserva nacen grandes sistemas hidrográficos como el del río Napo-Marañón-Amazonas, cuyas aguas desembocan en el Océano Atlántico y aquellos del río Mira y Esmeraldas cuyas aguas desembocan en el Océano Pacífico. La superficie de la Reserva forma parte del llamado Cinturón de Fuego del Pacífico por considerarla como una zona de altos riesgos naturales como erupciones volcánicas en el caso del volcán activo, "El Reventador".

Entre las elevaciones más sobresalientes de la Reserva están el Cayambe, uno de los nevados ecuatorianos con más nieve y hielo, Sarahurco, Puntas y el Reventador un volcán joven en constante actividad fumarólica. (gadmunicipalcayambe).



Figura 55 Reserva Ecológica Cayambe - Coca

Fuente:http://cdn.mtrip.me/img/118205/original/f60d296c1df87e74_reserva_cayambre_coca.jpg

4.1.4. Inventario de Recursos Culturales

La cultura es una manifestación básica de la identidad de los seres humanos y de la historia de los pueblos, para la UNESCO.

...la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan

a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (UNESCO, 1982)

La cultura es el conjunto de características que diferencia a una sociedad social de otra ya que cada una tiene sus rasgos característicos, es generadora de sentidos de identidad pero además de esto la cultura genera también bienestar y riqueza.

La cultura es una actividad dinamizadora de la economía. Además tiene un papel clave en los procesos de desarrollo endógeno, basados en las propias potencialidades de las naciones, y las regiones. Desde este punto de vista, la cultura no debe estar vinculada solamente a las dinámicas propias de los mercados, sino también y de manera fundamental, a las políticas de desarrollo. (Curiel, 2013, pág. 137)

De acuerdo a esto determinamos que en el Cantón Cayambe hay diferentes manifestaciones culturales de diferentes pueblos y comunidades indígenas, las cuales se han transferido de generación a generación. Las manifestaciones culturales del Cantón de Cayambe sufrieron cambios al igual que todo el continente americano con la conquista española, de esto tenemos manifestaciones adquiridas que ya forman parte de la cultura de Cayambe.

Los recursos culturales con los que cuenta un pueblo son según Rodolfo Vásquez Casielles:

Los recursos culturales básicos son de carácter múltiple: religioso, monumental, otros recursos básicos ligados con la historia. No obstante también existen otras motivaciones o manifestaciones intangibles del turismo cultural que se preocupan por las artes escénicas, por las tradiciones y los aspectos de identidad de los habitantes de cada zona geográfica. (Vásquez, 2005, pág. 29)

Los bienes culturales deben: a) representar una obra maestra del genio creativo humano, b) ser la manifestación de un intercambio considerable de valores humanos durante un determinado período, o en un área cultural específica, en el desarrollo de la arquitectura, las artes monumentales, la planificación urbana o el diseño paisajístico; c) ser o aportar un testimonio único o por lo menos excepcional de una tradición cultural o de una civilización desaparecida o que sigue viva; d) ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de edificio o de conjunto arquitectónico o tecnológico o de paisaje que ilustre una etapa significativa de la historia de la humanidad; e) constituir un ejemplo sobresaliente de hábitat o establecimiento humano tradicional, representativo de una cultura, ahora vulnerable por el impacto de un cambio irreversible; f) estar directa y perceptiblemente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas o creencias de importancia, o con obras artísticas y literarias de significado universal excepcional. (Vásquez, 2005, pág. 32)

Siendo así Cayambe cuenta con recursos culturales turísticos importantes que cumplen con estas características, de tal manera podemos citar:

Museo Arqueológico de Cayambe

Es un lugar que guarda piezas arqueológicas que pertenecen a las culturas Cara y Panzaleo del Período de Integración es decir 100 - 1.534 DC.

La mayoría de las piezas encontradas están intactas, las fragmentadas han sido restauradas de modo primitivo, es decir se utilizó un pegamento (...). Los cráneos no han sido sometidos a tratamiento alguno para su conservación. Por tratarse de una colección original, toda la muestra es

relevante, aunque los tipos son comunes, ollas, vasijas, cuencos, figuritas, silbato cascabeles. (Viajandox, 2014)

Complejo Arqueológico de Puntiatzil

Puntiatzil es considerado como un observatorio astronómico o un calendario solar, el complejo arqueológico data de los años 1700, el complejo tiene una pirámide principal, aquí los indígenas habrían construido una edificación de forma cilíndrica para obtener una sombra de grandes proporciones.

Fue edificada con bloques de Cangahua y sus paredes laminadas en oro y plata. Con la llegada de los españoles fue desmantelada. Esta edificación según algunos investigadores desapareció entre 1.740 y 1.800. (Viajandox, 2014)

Desde la llegada de los españoles pasó a manos privadas y se perdió el templo donde en tiempos ancestrales los indígenas realizaban sus cultos y rituales a sus dioses, a pesar de estar en manos privadas se lo puede visitar y obtener fotografías previa autorización.



Figura 56 Complejo Arqueológico de Puntiatzil

Fuente: http://www.visitaecuador.com/ve/img/contenido/informacion/thum500x500/wdi_Cayambe-de-Pichincha_Arqueologia_ismi3Ppb1_foto.jpg

La Iglesia Matriz de Cayambe

De origen colonial, ubicada en la calle Sucre entre Rocafuerte y Terán s/n, en el lado sur del parque principal de Cayambe se erige la Iglesia Matriz está ubicada en el lado sur, es una edificación de estilo ecléctico cuya fecha de edificación data de 1887 (Viajandox, 2014)

El material utilizado para la construcción de esta iglesia es la piedra, el adobe, el ladrillo, La fachada de la iglesia tiene tres cuerpos separados por pilastras de órdenes clásicos y en el cuerpo central la puerta principal es de arco y el rosetón central está custodiado por hornacinas y óculos. (Viajandox, 2014) .



Figura 57 La Iglesia Matriz de Cayambe

Fuente: https://c1.staticflickr.com/9/8380/8555511553_0711cf1735_b.jpg

Pucaráes de Pambamarca

Este complejo monumental se encuentra al sureste de Cangahua a 4 Km. Está ubicado a una altura de 3.782 (Quito Loma) y 4.075 msnm (Pambamarca). Algunos arqueólogos consideran que su construcción comenzó con las primeras conquistas de Túpac Yupanqui en 1.470 DC, aunque se ha comprobado que sobre la cultura "Cara" se construían los Pucaráes. “El término pucará o Pukara tiene origen en la lengua aymara y qichwa que significa fortaleza. Fortaleza en el sentido de construcción o arquitectura que sirve para el resguardo de combatientes”. (Portugal, 2015)

En los límites de la provincia de Pichincha existen áreas pucaráes: Pambamarca, Guayllabamba y Rumicucho en San Antonio de Pichincha. Son construcciones que fueron diseñadas por el pueblo Cayambi como un sistema de defensa frente a la conquista de los Incas y mejorado por éstos ante la presencia de los conquistadores españoles. Las fortalezas militares Pucaráes se ubican generalmente al sur de las profundas quebradas de los ríos Guayllabamba y Pisque, que debieron ser utilizadas como farallones defensivos y como fosas naturales infranqueables. (Viajando, 2014)

La Casa de Hacienda Guachalá

A media hora de Otavalo se encuentra la Hacienda Guachalá su construcción data de 1580. La casa de hacienda Guachalá es rústica, tiene en la entrada, una avenida de enormes eucaliptos, al interior del patio existe una fuente de agua y una gruta con cruz, esta casa es famosa porque en ella, en la mejor habitación vivió Gabriel García Moreno. Se desarrolla en varios bloques de edificaciones de una sola planta destacándose la gran capilla nueva de la hacienda.

La casa de hacienda se encuentra en el centro de un gran patio con galerías porticadas con piso de piedra, en las cubiertas se conserva la madera, la chaglla y la teja. A más de la zona de habitaciones, hoy convertida en hostería, existe un ambiente que posiblemente fue la original y más amplia capilla, la misma que tiene un pequeño torreón de dos cuerpos cubierto con una pequeña cúpula. Este atractivo fue usado como casa de hacienda y

vivienda, pero actualmente se usa como hostería. El uso turístico que se le ha dado debe ser difundido y promocionado, por cuanto constituye un ejemplo de recuperación de una casa de hacienda para nuevo uso. (Viajando, 2014)

Los Hieleros del Cayambe

Constituye una manifestación cultural que se realiza en honor a los indígenas que subían a los nevados a bajar hielo para fiestas y rituales. Los volcanes para ellos eran sus dioses subían a sus montañas y traían parte de sus dioses a vivir con ellos.

Hoy las persona que realizan las competencias, envuelven enormes masas de hielo en paja, pieles, costales, tal y como lo hacían los indígenas. Las masas son transportadas en las espaldas de los hombres de Cayambe. (Viajando, 2014)

La actividad consiste en caminar una senda de 28 kilómetros abarrotada de piedras en su mayor parte llevando bloques de hielo sobre la espalda. Esta prueba extrema se realiza año tras año en Cayambe, quienes compiten cumplen con la única intención de demostrar la resistencia y coraje de su pueblo. Dentro de la mitología indígena, los astros y entes de la naturaleza eran considerados verdaderos dioses. Así, el acto de llevar hielo significaba también, llevar parte de sus dioses a convivir con ellos. (Viajando, 2014)

El día de la competencia los deportistas ascienden en vehículos hacia el refugio Ruales-Oleas-Berge para tomar sus respectivos bloques y llevarlos hacia la ciudad, en una marcha que dura hasta siete horas de intenso despliegue físico y psicológico. (...) Esta última es la prueba atrayente del programa por la magnitud de la carga, la tenacidad de cada competidor y la extensa jornada que debe completar. Esta actividad se la conoce en el volcán Cayambe.

El nivel competitivo se ha convertido en el justificativo para que los hieleros se propongan superar su propia marca; pesos que se mantenían en un

promedio de 100 libras en los primeros años, en suma, se han ido incrementando hasta llegar a 200 libras.

En ciclismo, aventura y maratón los deportistas deberán llegar a la meta con al menos 8 libras de hielo para impedir su descalificación. Quienes deseen participar, necesariamente deben presentar una certificación médica que los califique con buen estado de salud. (Viajando, 2014)

Celebración a San Juan en la Parroquia Olmedo

Esta parroquia está ubicada a 18Km de la parroquia Ayora, dentro de sus atractivos turísticos se encuentra la celebración de sus fiestas a San Juan, la cual se realiza del 15 al 26 de junio. Olmedo además de contar con sitios naturales hermosos y ser una parroquia cercana al volcán Cayambe, se caracteriza por las vestimentas de sus pobladores por sus tradiciones y cultura, de tal manera que posee un gran atractivo turístico que destaca con nitidez en sus fiestas del “INTI RAYMI”, fiesta del SOL a la cual la iglesia le sobrepuso el nombre de “SAN JUAN”, a pesar de ello la celebración no ha perdido sus características paganas de fiesta indígena y blanco – mestiza. (Viajando, 2014).

El mayor atractivo en la parroquia es la danza de los aruchicos, chinas y diablumas que ahora tiene características de ceremonia religiosa de adoración al Padre Sol y al importante y bello nevado Cayambe, llama la atención la vestimenta de los danzantes, el aruchico destaca por las múltiples cintas de colores que lleva su sombrero y por portar una guitarra, las chinas destacan por sus faldas de colores vivos adornadas de cintas brillantes, llevan un pañuelo con el que cubren su rostro, el payaso tiene vestimenta multicolor tiene una careta burlona y porta un chorizo lleno de trapos con el que a manera de broma va golpeando a los niños o a sus conocidos.

Ruinas de Pambamarca en la Parroquia de Cangahua

La parroquia Cangahua, está a 3.186 m. Apta para el cultivo de papas y cereales, es famosa sobre todo por los vestigios de numerosas fortalezas aborígenes, situadas sobre todo en el Pambamarca, ruinas que han perdurado en su resistencia, los heroicos defensores del Reino de Quito contra la

invasión de Huayna Cápac, y de las que edificó, para cercarles, este mismo inca, en la dura lucha de posiciones sostenida en el área. (gadmunicipalcayambe)

4.2. Demanda y Perfil del Turista

El turista extranjero que visita Cayambe por lo general llega primero a la ciudad de Quito, de la cual parte a diferentes destinos dentro de la provincia de Pichincha, las edades de los turistas tanto nacionales como extranjeros, fluctúan entre los 20 a 45 años de edad, la mayoría de turistas que visitan Cayambe son de nacionalidades, colombiana, venezolana, estadounidense, canadiense, argentina, alemana y brasilera.

El arribo de turistas extranjeros a Ecuador se incrementó en un 7,42% durante el 2013, al registrarse 1'366.269 personas que llegaron al país. Según el Ministerio de Turismo, en el 2012 arribaron al país 1'271.901 visitantes. Esta Cartera de Estado informó además que por tercer año consecutivo, Colombia fue el país con mayor número visitantes en el país (344.363 personas), seguido por Estados Unidos (250.785); Perú (150.805), Venezuela (102.317) y Brasil con 119.445 turistas. En la lista también se encuentra Francia, de donde provinieron 120.326 visitantes, éste fue el país que de donde más turistas europeos llegaron. Le siguió España con 65.245 turistas; Alemania (28.486), Gran Bretaña (23.479), Italia (14.733), Holanda (13.930) y Suiza (10.437). (El Telégrafo, 2014)

El turista cultural que visita Cayambe suele hacerlo con mayor motivo por conocer las costumbres y la cultura de los pueblos indígenas del Cantón, de esta manera, suele tener un nivel de educación por encima de la media.

Los turistas nacionales que visitan el Cantón generalmente lo hacen en las fiestas con motivo de celebración de agradecimiento al solsticio, su gasto suele ser menor que del turista extranjero.

En lo que concierne al perfil del turista, según un estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España de Quito titulado “El Turismo en Ecuador – Año 2006”, el perfil más común del turista que llega al Ecuador es el de personas con estudios de posgrado o universitarios, que viajan solos, visitaron Ecuador más de una vez, gestionaron los billetes ellos mismos a través de Internet o de amigos y familiares e hicieron un gasto promedio de 1000 dólares.

Los motivos de las visitas fueron la recreación o el esparcimiento, aunque también el encuentro con amigos y familiares o los negocios o motivos profesionales. Entre las actividades más solicitadas se encuentran las visitas a comunidades indígenas, práctica de deportes, diversión y observación de flora y fauna. (Tourism and Leisure, 2006)

Entre los productos de turismo más demandados por el turista tenemos: visita y caminata a museos arqueológicos y visitas a sitios naturales para contemplar la flora y fauna que el Cantón ofrece, también hay turistas de aventura que prefieren actividades deportivas como el ciclismo de montaña. La mayoría de turistas se hospeda en hosterías y hoteles aunque en la actualidad se ha notado una variación respecto a la preferencia de hospedaje y es que el turista está realizando turismo comunitario comunidades indígenas, se alojan principalmente los turistas de nacionalidades alemana y estadounidenses en.

El Turismo cultural y naturaleza, ha atraído en los últimos años a turistas brasileños:

La demanda por parte de turistas brasileños para el turismo de naturaleza y ecoturismo se ubica en un 13%; mientras que el turismo de salud (aguas termales y SPA) alcanza el 11%. Los viajeros brasileños en un 43% organizan sus viajes a través de Agencias de Viajes y, un 22% lo hacen por Internet. Su estadía promedio es de 4 a 7 días y su gasto promedio, por persona, de USD. 3.645. Enero, febrero, julio y diciembre son los meses destinados para viajar. (El Telégrafo, 2014)

CAPITULO V.

MODELO ESTRATEGICO DE COMERCIALIZACIÓN TURISTICA

5.1. Antecedentes

La actividad turística en el Ecuador ha dado un giro de 180° desde el momento que fue vista como un pilar productivo para el país. Eso ha significado que a nivel de rectoría de la actividad (Ministerio de Turismo), desde el 2009 se incrementa su presupuesto, apostando así a la inversión en fomento y desarrollo turístico, no solamente en las áreas de Marketing y Capacitación Turística. (Ching, Ortega, & Rojas, 2012, pág. 8)

La presente propuesta de Modelo de Comercialización de Turismo es importante porque está enfocada en innovar e implementar estrategias de comercialización para el desarrollo turístico, parte de la fuerte demanda que existe de Los turistas nacionales y extranjeros por satisfacer sus necesidades de recreación y de conocer otras culturas, quienes buscan lugares como el cantón Cayambe que le brinden experiencias diferentes que sean memorables.

El cantón Cayambe ofrece una variedad de actividades turísticas que se diferencian del resto de la provincia por sus riquezas propias como su pueblo, herederos de la cultura Cayambi. Las principales actividades en el cantón son: Agricultura, Ganadería y Avicultura, Agroindustria, y prestación de transporte. En la actualidad es el ministerio de Turismo quien se encarga de promover las actividades turísticas del cantón, invitando a las celebraciones de la región y promocionando los productos turísticos con que éste cuenta, principalmente el parque ecológico Coca-Cayambe.

La forma en que se ha venido ofreciendo los productos turísticos del cantón es a través de agencias y tour operarios donde se oferta principalmente el volcán Cayambe, las páginas de internet facilitan la labor de quienes ofrecen hospedaje, servicio de alimentación y lugares de distracción, sin embargo se ha dejado de lado

algunos factores que forman parte del atractivo de Cayambe como su cultura y lengua, la comunidad agrícola entre otros.

Esta propuesta busca fortalecer los servicios que se presta en el sector, tanto en hospedaje como variedad de comida, paisaje ecológico, viendo a estas actividades desde una perspectiva empresarial ya que existen áreas que presentan falencias en la oferta del producto turístico de Cayambe esto ha repercutido en la percepción que se lleva el turista que visita la región, por lo que la propuesta de aplicar un modelo turístico se enmarca en mejorar las estrategias de marketing en relación al servicio de calidad y oferta de otras alternativas a las que ya se da.

5.2.Misión

Como misión se plantea implementar y evaluar políticas orientadas a fortalecer el desarrollo turístico del cantón, mejorando la productividad y competitividad de las empresas que ofertan servicios turísticos, a través de la gestión y coordinación con las instituciones competentes las cuales permitan Identificar, financiar y concretar proyectos de inversiones sustentables en el sector turístico, orientados al desarrollo regional.

5.3.Visión

Convertirse en un instrumento estratégico clave para el desarrollo de la inversión turística sustentable en Cayambe, contribuyendo a la mejora, la consolidación y modernización de destinos turísticos del cantón, en beneficio de la población.

Con la ayuda del modelo estratégico de comercialización turística se espera que el Cantón Cayambe en 8 años sea reconocido como uno de los que mejor gestión de sus atractivos turísticos posee, el cual permita a su población un mayor bienestar a través de la generación de ingresos, trabajo decente y el abastecimiento de alimentos.

5.4.Objetivos

Objetivo general:

Mejorar los procesos de comercialización del turismo del Cantón Cayambe a través de un modelo comercial estratégico para incrementar los ingresos en esta actividad.

Objetivos específicos:

- Gestionar el financiamiento de instituciones gubernamentales en proyectos turísticos para los actores empresariales y habitantes del cantón.
- Gestionar la capacitación a los pobladores del cantón Cayambe para generar un turismo ecológico sustentable.
- Desarrollar el diseño de un modelo de comercialización de turismo para el cantón Cayambe, mediante la propuesta de estrategias de acción.

5.5.Principios

Los principios son aquellos valores que impulsan una gestión determinada, se reconocen a través de la aplicación y reconocimiento de sus productos. La finalidad de los principios se fundamenta en guiar la organización desde la esencia de todo proyecto.

Por lo tanto, los principios establecidos como parte fundamental del modelo de comercialización turística para Cayambe son:

- **Diferenciación:** se enmarca como un criterio o indicador de calidad, aquel elemento que caracteriza e impulsa el posicionamiento y preferencia de destinos turísticos frente a otro.
- **Corresponsabilidad:** en cuanto a este principio permitirá al modelo de comercialización interactuar con las distintas instituciones y organismos

vinculados directamente con la actividad turística del país, logrando alcanzar responsabilidad mutua con el resto de entidades.

- **Coordinación:** es el regidor de un trabajo encaminado a fortalecer el turismo en Cayambe, para lograr brindar al turista un producto turístico de calidad, con los mejores lugares para visitar, una oferta gastronómica interesante y espacios de alojamiento y estadía para quienes decidan permanecer por un tiempo largo.
- **Eficiencia:** precede a toda actividad y gestión pensada para el modelo de comercialización turística, de allí la importancia de la eficiencia como regidor de toda actividad en función de un alto estándar de calidad, garantizando que toda la actividad turística sea realizada de la mejor manera.
- **Participación:** se fundamenta en la trascendencia que representa en cuanto a un trabajo conjunto, pero sobre todo vinculante con los habitantes de la zona así como de aquellas empresas que se dedican a prestar servicios relacionados al turismo.
- **Sostenibilidad:** un principio que rige toda la gestión y administración turística, en función de impulsar un desarrollo armónico del crecimiento económico, estrechamente al respeto del medio y el ecosistema así como los aspectos culturales que caracterizan a cada zona.
- **Trabajo en equipo:** el trabajo en equipo es un principio que genera una labor planificada, con un equipo capacitado, para alcanzar la satisfacción de los turistas al ser partícipes del turismo ofertado por este molde comercial.
- **Comunicación efectiva:** la comunicación efectiva es una gestión encaminada a lograr la difusión adecuada de la actividad turística, pero va más allá de un acceso a la información, más bien se centra en un elemento de articulación entre proveedores y el turista, con la finalidad de maximizar el grado de satisfacción que representa acceder a un producto turístico.

5.6.Políticas

Antes de definir cuáles serán las políticas que regirán el modelo de comercialización es necesario conceptualizar este término así, se especifica que las políticas son lineamientos orientados a la consecución de objetivos, por lo tanto se las relaciona a la toma de decisiones que guiarán el caminar de un determinado proyecto, empresa o persona.

Como políticas determinadas para el presente modelo comercial turístico encaminado a potencializar el turismo en Cayambe se acoge a políticas relacionadas estrechamente con la capacidad de negociación, la capacidad de solucionar conflictos y problemas así como la capacidad de administración y gestión del modelo comercial implementado.

Tabla 37
Ejes políticas

EJES (PROGRAMAS)
COMERCIALIZACIÓN
MERCADEO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA
DESARROLLO Y GESTIÓN TURÍSTICA
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Fuente: (Quito Turismo , 2012, pág. 3)

Entre las políticas para incentivar el modelo de comercialización turística destacan:

- **Políticas de Competitividad:** se encamina a lograr un desafío frente a los demás lugares turísticos, por lo tanto el objetivo de la misma es alcanzar un turismo de clase mundial
- **Política para el Desarrollo del Turismo responsable,** impulsar un modelo comercial de turismo, es un trabajo que representa responsabilidades, partiendo de que toda actividad económica ocasiona un impacto ambiental.
- **Política de Ecoturismo,** se centra en desarrollar y fomentar un turismo de naturaleza con intervención y participación de los habitantes de la zona.

Además se parte de un turismo que prioriza los espacios y parajes naturales más representativos.

- **Política de Mercadeo y Promoción Turística.-** están encaminadas a ejecutar e impulsar las acciones de difusión de los distintos productos turísticos ofertados por Cayambe, logrando generar un crecimiento en cuanto al número de personas y turistas nacionales como extranjeros. De esta manera esta política se amplía a lograr posicionar a Cayambe como un destino turístico competitivo.
- **Seguridad Turística.-** encargada de brindar y garantizar seguridad tanto para el turista como para el personal que oferta los productos turísticos, establece estrategias y actividades que promuevan medidas de control, prevención con el fin de salvaguardar la integridad del turista y de los espacios donde se realiza el turismo.
- **Política de Calidad.-** las políticas de calidad son un compendio de normas y estándares que aseguran una excelente prestación de servicios. Esta política se basa en lineamientos que definen la calidad turística orientada en un análisis de atractivos y destinos, y servicios.
- **Normalización:** la normalización consiste en promover acciones y actividades en concordancia con el ministerio de turismo del país. Logrando identificar necesidades, actualizar premisos, y normativas.
- **Certificación:** la certificación trata a profundidad sobre proceso que permitan alcanzar certificaciones y avales turísticos mediante la capacitación del personal, asistencia inmediata, servicio al cliente, fortalecimiento de canales de comunicación, entre otros.
- **Generación de incentivos:** la implementación así como las tareas encaminadas a impulsar incentivos se asocian estrechamente a lograr una fidelización de los públicos objetivos. De esta manera lograr recomendaciones, participación de los turistas a difundir los parajes y destinos de Cayambe.

- **Cultura de la calidad turística:** enfocada desde este aspecto se centra en fomentar y promover entre los turistas una cultura de consumo determinado por la satisfacción del servicio prestado.

5.7.Estrategias y Acciones

Estrategia 1: Fortalecer mediante el plan de desarrollo participativo los atractivos naturales y arqueológicos turísticos.

Acción: solicitar a los organismos competentes como el Ministerio de Turismo y ambiente talleres de socialización y capacitaciones con los pobladores del cantón para administrar y conservar los atractivos naturales y arqueológicos turísticos, para que el desarrollo y crecimiento del turismo se mantenga en el Cantón.

Estrategia 2. Diseñar un plan de promoción turística.

Acción: Acudir al Ministerio de Turismo para solicitar financiamiento del proyecto para promover productos comunicacionales que visibilicen la riqueza natural del cantón.

Estrategia 3. Promover el desarrollo de proyectos propuestos por estudiantes.

Acción: Dar apertura desde las autoridades y propietarios de los diferentes sectores en el cantón a los estudiantes con nuevas iniciativas de innovación y emprendimientos, en los distintos sectores económicos como son el turismo, la agricultura, la gastronomía entre otros, previo a los estudios realizados en cada una de las instituciones a las que representan.

Estrategia 4: Promover la participación de las industrias existentes en el Cantón.

Acción: Realizar convenios y alianzas desde las autoridades, las diferentes industrias y la población del cantón para generar ferias y exposiciones que muestren las riquezas y atractivos del cantón.

Estrategia 5: Promover la realización de un plan de comunicación interno y externo del Cantón.

Acción: Diseñar y ejecutar con un equipo de comunicadores sociales el plan de comunicación interno y externo para el cantón, que articule las distintas parroquias y autoridades competentes.

Estrategia 6: Desarrollar talleres de capacitación y concientización del impacto ambiental.

Acción: Solicitar e impulsar charlas con activistas y especialistas en medio ambiente, en convenio con el ministerio de turismo y ambiente para generar responsabilidad ambiental dentro del cantón.

Estrategia 7: Establecer planes operativos con el fin de obtener financiamiento para adquirir equipos tecnológicos.

Acción: Promover el equipamiento y uso de nuevas tecnologías y disminuir la resistencia al cambio en los pobladores mediante talleres de innovación y renovación en cada actividad que realicen los moradores y dueños de empresas que impulsan el comercio en Cayambe, así como a través de talleres de capacitación para que los pobladores aprendan el uso de nuevas tecnologías que serán implantadas tanto en la producción agrícola como en las pequeñas empresas prestadoras de servicios turísticos, para de esta manera tengan más disposición a realizar cambios en sus actividades productivas.

Estrategia 8: Determinar estrategias y acciones operativas que permiten adecuar las carreteras mediante el apoyo de aliados estratégicos.

Acción: Efectuar solicitudes al alcalde y autoridades para gestionar nuevas obras y proyectos en el cantón, principalmente mejorar las condiciones de las vías de acceso a las comunidades lejanas para permitir una mayor participación de los habitantes en el desarrollo productivo del cantón, para lo cual es necesario

especificar las necesidades actuales y los beneficios que trae consigo las obras que se necesita en el lugar.

Estrategia 9: Desarrollar un plan estratégico y operativo para fortalecer la comercialización de la comunidad indígena en productos agrícolas.

Acción: organizar y planificar un cronograma para generar ferias y exposiciones a cargo de las comunidades indígenas del cantón para que se impulse espacios de productos orgánicos agrícolas desde los mismos agricultores.

Estrategia 10: Fortalecer el proceso turístico del sector mediante capacitación y estrategias que permitan la inversión empresarial.

Acción: Capacitar al habitante del cantón sobre la importancia del turismo, a la vez desarrollar una página web turística del lugar y con ella sociabilizar los distintos atractivos.

Estrategia 11: Determinar acciones que permitan aumentar las ventas de producción.

Acción: Realizar promociones, ofertas y rebajas al producto de acuerdo a las necesidades del cliente.

Estrategia 12: Capacitar al Cantón con el fin de fortalecer el proceso de comercialización.

Acción: Emitir charlas sistematizadas del proceso de compra - venta, actitudes del consumidor, marketing y publicidad con expertos en el área.

5.8.Portafolio turístico

De acuerdo a la clasificación que ejecuta en el informe final de PLANDETUR 2020 los destinos turísticos del Cantón Cayambe son:

Tabla 38
Portafolio turístico

Turismo comunitario	Vinculación con la comunidad	Parroquia Olmedo Parroquia de Cangahua Parroquia Ascazubí Comunidad de la Chimba
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales	La Calle Rocafuerte calle Central y Colonial El Monumento a La Mitad del Mundo en Ishigto - Guachalá
	Mercados y artesanías	Plaza central Mercado Central
	Gastronomía	Bizcochos de Cayambe Platos típicos
	Fiestas populares	Fiestas de San Pedro Fiestas del Solsticio Fiestas de Montalvo
	Turismo religioso	Iglesia Matriz de Cayambe Iglesia de Ascazubí Iglesia San Vicente de Cangahua Iglesia de Otón Iglesia de San Miguel de Pesillo
	Turismo arqueológico	Museo Arqueológico de Cayambe Complejo Arqueológico de Puntiatzil Museo Arqueológico “Rocafuerte y Bolívar” Pucarás de Pambamarca

Continúa...

	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Pretil de Cayambe Centro turístico cultural Quitsato
	Haciendas históricas	Casa de Hacienda Guachalá
	Observación de flora y fauna	Sendero del Gavilán La ruta de las flores
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas	Laguna San Marcos Cascada de Cuchicama Cascada del río Cariacu Laguna Verde
	Reservas y bosques	Reserva Ecológica Cayambe - Coca Bosque de Arrayan Bosque milenario de Pumamaquis Bosque Primario de Ugshupamba
Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	Volcán Sara - Urcu Nevado Cayambe Área de camping Paquiestancia Quitoloma Chitachaca (Salto del chivo)
Turismo de salud	Termalismo	Termas de Oyacachi Balneario de Ishigto Aguas termales del Tingo
Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones	La Hacienda El Hato camino al refugio Las Cabañas de Nápoles

Fuente: PLANDETUR 2020 y GADIP Cayambe

Mapa turístico de Cayambe

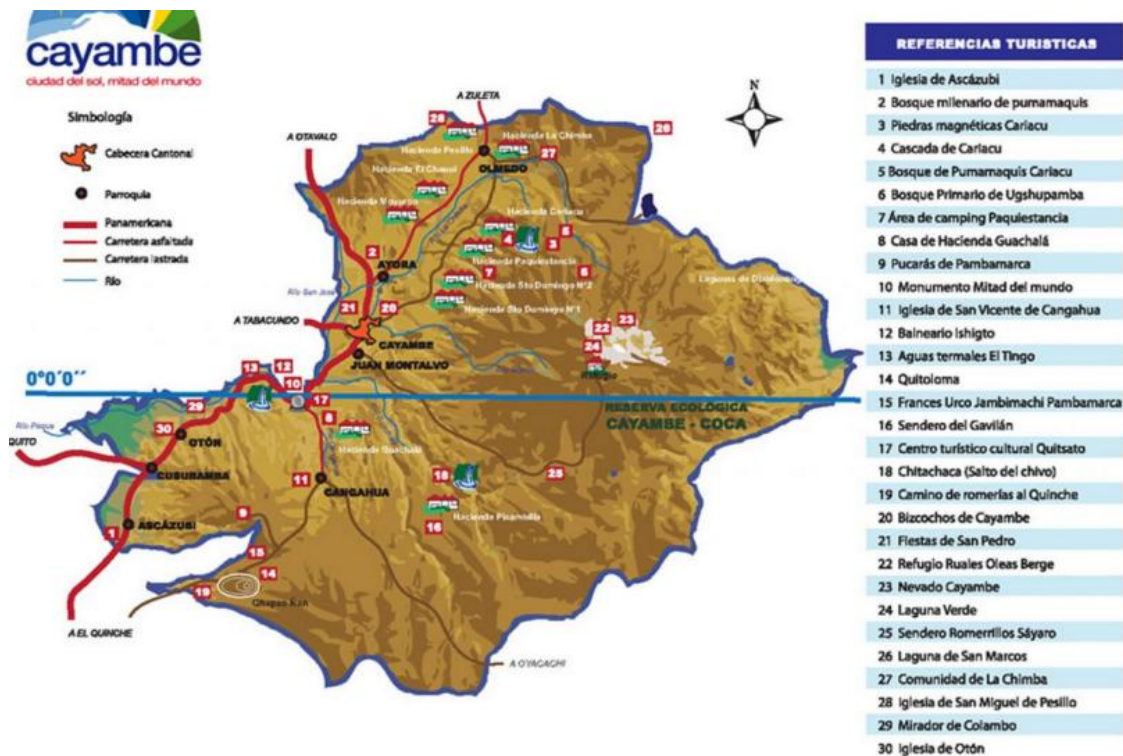


Figura 58 Mapa Turístico de Cayambe
Fuente: (WEB GADIP Cayambe, 2015)

5.9.Cadena de valor

Como un componente que propiciará un adecuado modelo de comercialización que fortalezca el desarrollo turístico en la Ciudad de Cayambe, depende del establecimiento de la cadena de valor, misma que se asocia a una serie de eslabones que conforman un todo. En cuanto al sector turístico, hablar de cadena de valor consiste en la determinación de aquellos factores y formas de organización del sector turístico. A su vez alude a la integración y participación de proveedores de bienes y servicios que acrecientan una estadía placentera para el turista.

La cadena de comercialización del producto turístico, desde la perspectiva del turista, es un modelo conceptual que recoge las relaciones entre conceptos de gran interés en la literatura de marketing: valor percibido, calidad, satisfacción, fidelización y rentabilidad.

El concepto clave de la cadena es el valor, entendido como la evaluación inicial que un turista realiza en su proceso de elección de destinos turísticos. El valor es un concepto que debe percibir el turista y de ahí que sea más adecuado hablar de valor percibido. (Bigné, Font, & Andreu, Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo, 2000, pág. 228)

Para establecer la cadena de valor que caracteriza un determinado destino turístico es necesario tomar en cuenta a los actores partícipes de esta actividad, que de una u otra forma se encuentran involucrados en la consecución de un valor extra en el turismo impulsado. Entre ellos destacan:

- **Alojamientos**
 - * Hoteles
 - * Appart
 - * Departamentos temporarios
 - * Hostels
 - * Hospedajes

- **Gastronomía**
 - * Bares
 - * Restaurantes
 - Comidas típicas
 - Comidas internacionales
 - Formatos Fast Food
 - Vegetarianos

- **Servicios turísticos**
 - * Turismo de negocios
 - * Turismo alternativo
 - * Turismo de salud
 - * Turismo de deportes
 - * Turismo Rural
 - * Guías de turismo
 - * Alquiler de autos
 - * Asistencia al viajero
 - * Agencias receptoras
 - * Organizadores de eventos

- **Entretenimiento**
- **Comercio**
- **Transporte** (Mauvecin, 2010, pág. 23)

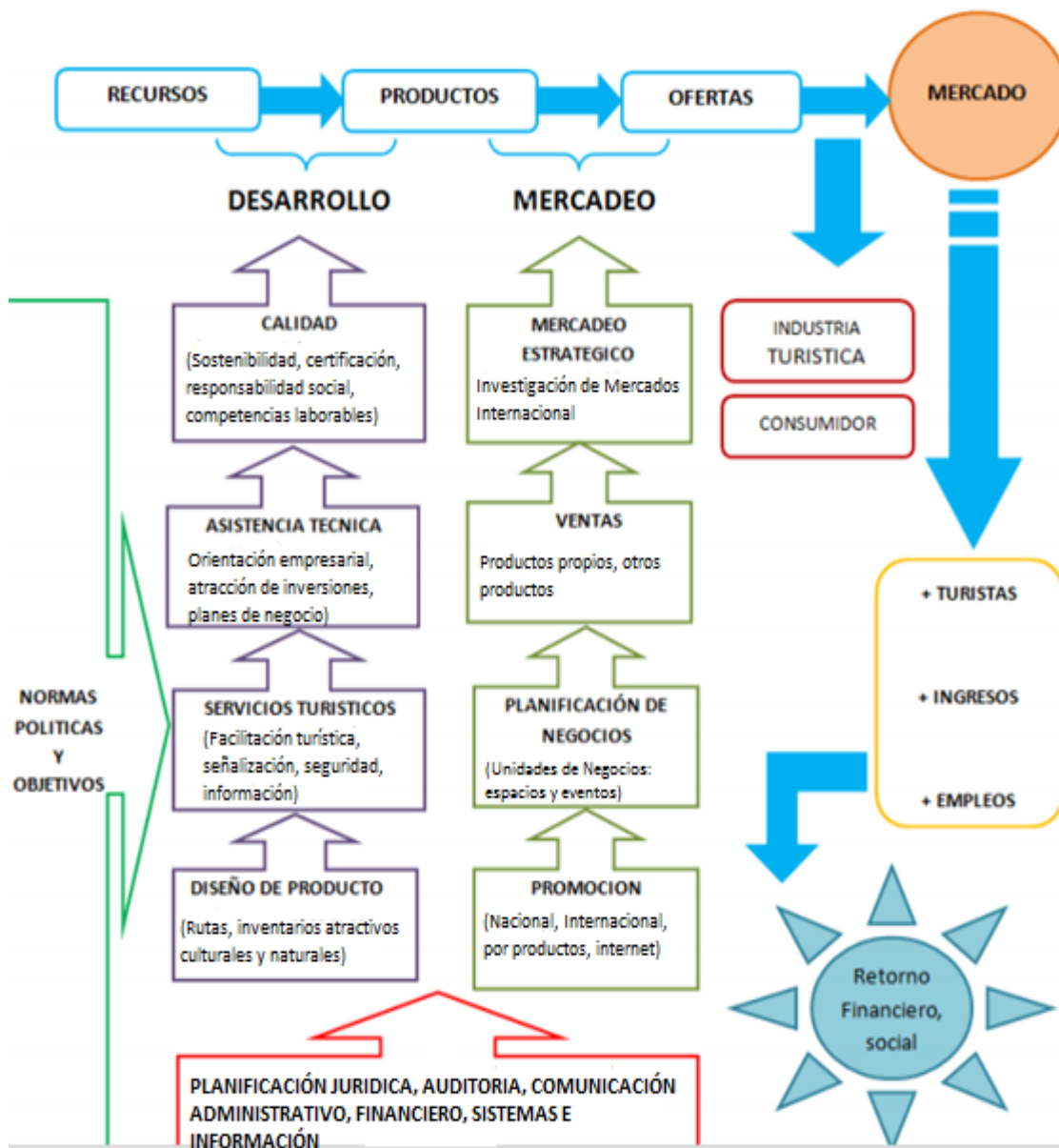


Figura 59 Cadena de Valor
Fuente: (Quito Turismo , 2012, pág. 7)

De acuerdo a varios estudios se ha definido cuatro aspectos importantes que intervienen en la definición de la cadena de valor turística, relacionadas a la comunicación, producción, comercialización y la gestión posterior de un destino turístico.

La estructura de la cadena de valor turística tiene cuatro eslabones. El primero incluye la comunicación y la información sobre el destino, que se brinda a los potenciales visitantes en sus países o lugares de residencia. En segundo lugar se encuentra la comercialización de los servicios que componen el turismo. El tercer eslabón lo constituye la producción de bienes y servicios consumidos por los visitantes durante su estadía, y por último el cuarto eslabón es la gestión de la post venta o pre nueva venta del destino. (Ministerio de Turismo y Deporte, 2010, pág. 6).

El adecuado manejo de cada uno de los factores que intervienen en la cadena de valor posibilitan la satisfacción y fidelización de los turistas para con el destino turístico que se pretende impulsar. En este caso el cantón Cayambe.

- **Comunicación y la información sobre el destino:** la gestión en cuanto a difusión y acceso de información sobre el destino turístico, da paso a los procesos productivos de una actividad turística. Generando un posicionamiento del lugar.
- **Comercialización de los servicios que componen el turismo:** en este caso el Cantón Cayambe ejecutará estas actividades cuando el turista haya tomado la decisión de visitar los destinos turísticos ofertados en el primer eslabón de la cadena de valor. Por lo tanto es necesario brindar paquetes turísticos, agencias de viajes, entre otros canales de distribución.
- **Producción de bienes y servicios consumidos por los visitantes durante su estadía:** este aspecto propicia la participación directa de los actores vinculados al turismo, puesto que dependerá de éstos la comercialización y oferta de productos que mejoren la experiencia turística, brindando comodidades, placeres y recreación.

- **Gestión de la post venta o pre nueva venta del destino:** esta actividad es aquella que permitirá a Cayambe fidelizar y posicionar el destino turístico en los visitantes.

5.10. Programas Financieros

Un programa financiero brinda ayuda económica a proyectos específicos de su interés, para promover su desarrollo, dichos proyectos deben estar encuadrados dentro de las pautas establecidas por la institución u organización que brinda la ayuda financiera.

En Ecuador las instituciones que brindan apoyo financiero en la rama del turismo son: La Corporación Financiera Nacional -CFN-, Federación Nacional de Cámaras de Turismo del Ecuador -Fenacaptur-, Federación Hotelera del Ecuador -Ahotec-, Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador -Optur-, y el Ministerio de Turismo. (Ministerio de Turismo, 2014)

En Ecuador el Ministerio de Turismo a través del Programa Progresar de la CFN, amplía el crédito a emprendedores del sector turístico, en el marco del cambio de la matriz productiva.

Dentro de las líneas de crédito que ofrece este programa tenemos la de Activos Fijos.

El programa de activos fijos está encaminado a fortalecer el cambio de la matriz productiva. Y para ello esta herramienta ofrece plazos de pago de hasta 15 años, con un período de gracia de hasta 2 años y una tasa de interés del 6,9% anual. Democratizando el crédito para empresas turísticas. Los montos desde USD 25.000 hasta USD 25.000.000 para personas naturales, lo que permitirá financiar el 70% de proyectos nuevos o el 100% de proyectos en marcha, y hasta USD 50.000.000 a grupos económicos, para lograr que Ecuador sea Potencia Turística. (Ministerio de Turismo, 2014).

Por otro lado es conveniente resaltar la labor realizada desde el ministerio de turismo, siendo así uno de los mayores esfuerzos por brindar apoyo y acompañamiento a todo proyecto relacionado a incentivar e impulsar el turismo, en el Ecuador se ha creado el Fondo de Desarrollo turístico sostenible, en vista de la ausencia de mecanismo de financiamiento que fortalezca e incentive el desarrollo del turismo.

En el diagnóstico realizado del sector turístico del Ecuador, se evidenció como uno de los problemas prioritarios la falta de fuentes de financiamiento para el desarrollo turístico tanto para instituciones públicas responsables del turismo, como para el sector privado y comunitario. Por otro lado, es prioritario establecer una estructura ejecutora de fondos económicos que garantice y dé soporte al cumplimiento de los programas y proyectos definidos en el PLANDETUR. Con estas necesidades identificadas, es indispensable contar con una instancia que oriente y canalice recursos y fondos financieros hacia las iniciativas y proyectos de desarrollo turístico sostenible del Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2014)

PLANDENTUR 2020 es un organismo creada a partir de las necesidades evidenciadas en el sector turístico, tanto en apoyo económico financiero, como en capacitación y planificación.

Instancia específica responsable de la gestión y administración de un fondo para el financiamiento de proyectos de turismo sostenible bajo el paraguas estratégico del PLANDETUR 2020. Deberá tener como objetivo principal facilitar el acceso a fondos financieros y económicos para el desarrollo del turismo sostenible en Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2014)

Tabla 39
Presupuesto

<u>Acciones</u>	<u>Costo USD</u>
1. Talleres de socialización y capacitaciones a los pobladores del cantón para administrar y conservar los atractivos naturales y arqueológicos	\$1000.00
2. Acudir al Ministerio de Turismo para solicitar financiamiento del proyecto para promover productos comunicacionales que visibilicen la riqueza natural del cantón.	\$100.00
3. Dar apertura a los estudiantes con nuevas iniciativas de innovación y emprendimientos, en los distintos sectores económicos como son el turismo, la agricultura, la gastronomía entre otros, previo a los estudios realizados en cada una de las instituciones a las que representan.	\$1000.00
4. Realizar convenios y alianzas desde las autoridades, las diferentes industrias y la población del cantón para generar ferias y exposiciones que muestren las riquezas y atractivos del cantón.	\$1500.00
5. Diseñar y ejecutar el plan de comunicación interno y externo para el cantón, que articule las distintas parroquias y autoridades competentes.	\$200.00
6. Solicitar e impulsar charlas con activistas y especialistas en medio ambiente, en convenio con el ministerio de turismo y ambiente para generar responsabilidad ambiental dentro del cantón.	\$2000.00
7. Promover el equipamiento y uso de nuevas tecnologías y disminuir la resistencia al cambio en los pobladores mediante talleres de innovación y renovación en cada actividad que realicen los moradores y dueños de empresas que impulsan el comercio en Cayambe, así como a través de talleres de capacitación para que los pobladores aprendan el uso de nuevas tecnologías que serán implantadas tanto en la producción agrícola como en las pequeñas empresas prestadoras de	\$4000.00

servicios turísticos, para de esta manera tengan más disposición a realizar cambios en sus actividades productivas.	Continúa...
8. Efectuar solicitudes al alcalde y autoridades para gestionar nuevas obras y proyectos en el cantón, principalmente mejorar las condiciones de las vías de acceso a las comunidades lejanas para permitir una mayor participación de los habitantes en el desarrollo productivo del cantón, para lo cual es necesario especificar las necesidades actuales y los beneficios que trae consigo las obras que se necesitan en el lugar.	\$200.00
9. organizar y planificar un cronograma para generar ferias y exposiciones a cargo de las comunidades indígenas del cantón para que se impulse espacios de productos orgánicos agrícolas desde los mismos agricultores.	\$900.00
10. Capacitar al habitante del cantón sobre la importancia del turismo, a la vez desarrollar una página web turística del lugar y con ella sociabilizar los distintos atractivos.	\$1000.00
11. Realizar promociones, ofertas y rebajas al producto de acuerdo a las necesidades del cliente	\$200.00
12. Emitir charlas sistematizadas del proceso de compra - venta, actitudes del consumidor, marketing y publicidad con expertos en el área	\$1000.00
Subtotal	\$12600.00
Inflación estimada para 2013 (5%)	+(5%) \$630,00
Total	\$13230,00

5.11. Procedimientos

Acción: solicitar a los organismos competentes como el Ministerio de Turismo y ambiente talleres de socialización y capacitaciones con los pobladores del cantón para administrar y conservar los atractivos naturales y arqueológicos turísticos, para que el desarrollo y crecimiento del turismo se mantenga en el Cantón.

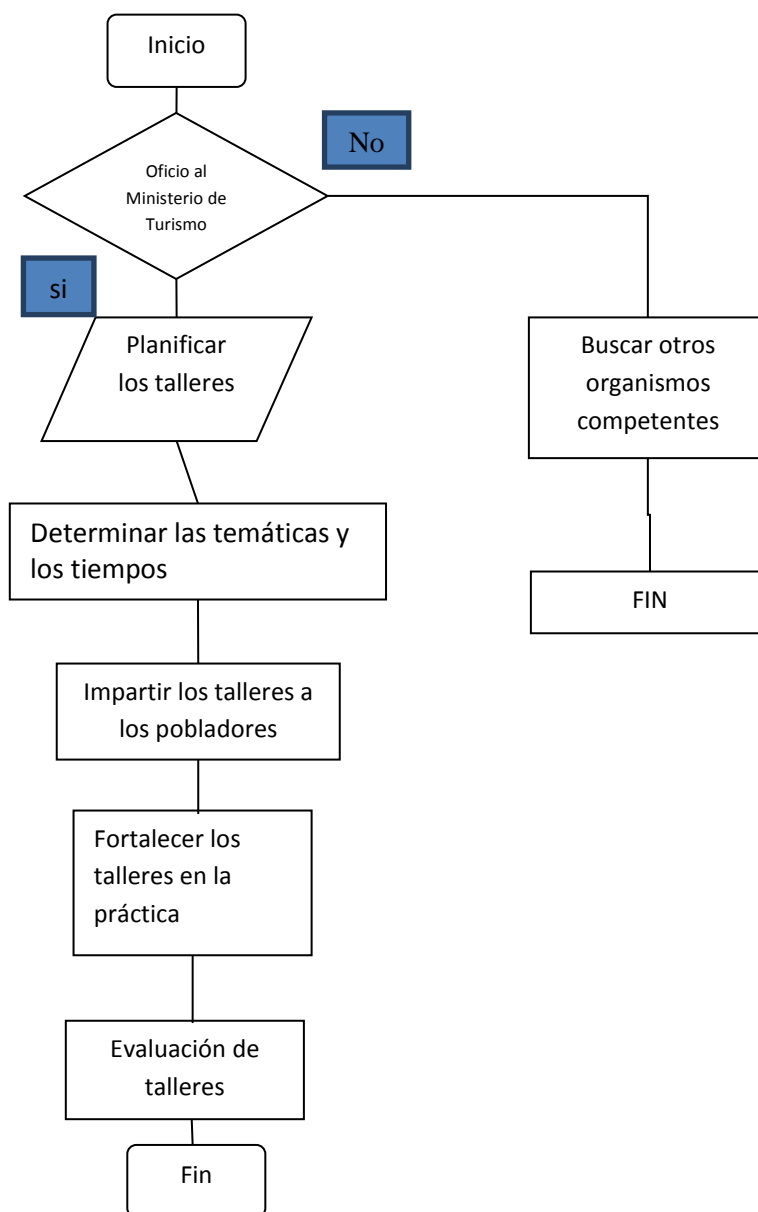


Figura 60 Procedimiento Acción 1

Acción: Acudir al Ministerio de Turismo para solicitar financiamiento del proyecto para promover productos comunicacionales que visibilicen la riqueza natural del cantón.

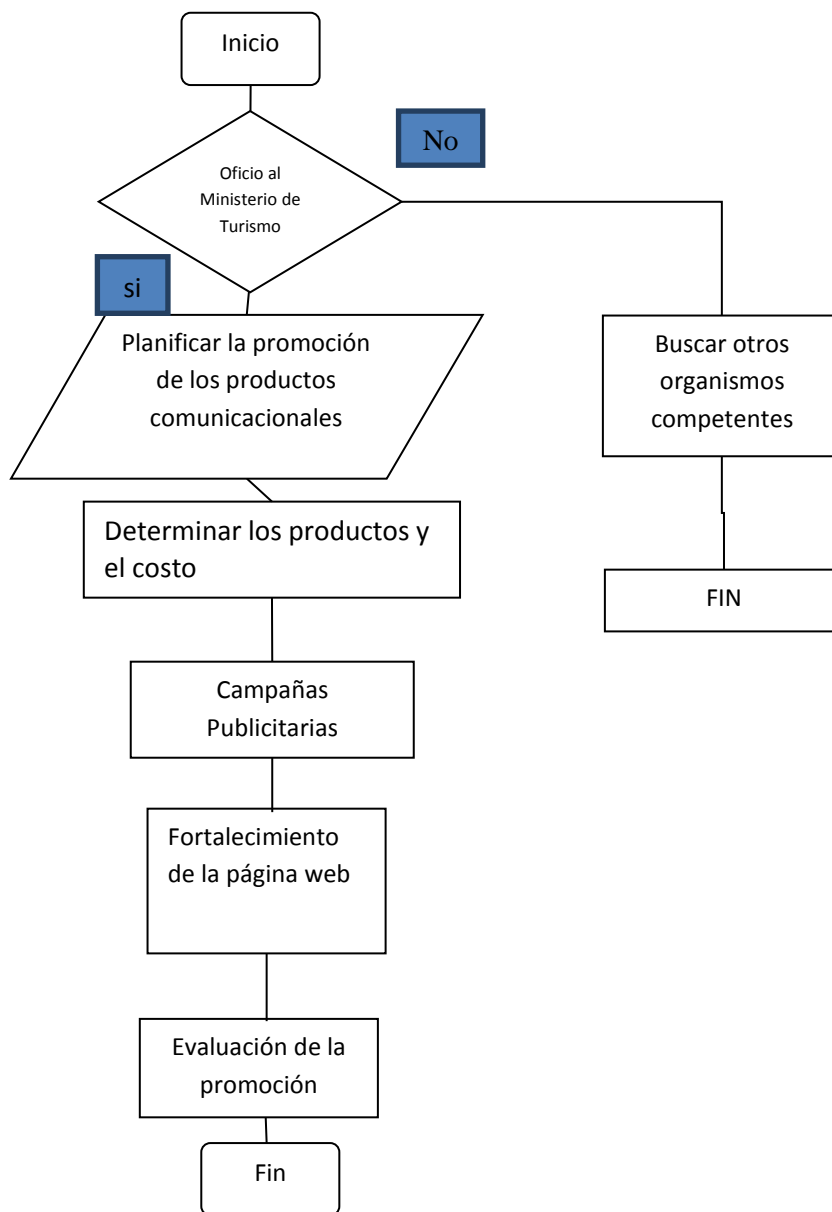


Figura 61 Procedimiento Acción 2

Acción: Dar apertura desde las autoridades y propietarios de los diferentes sectores en el cantón a los estudiantes con nuevas iniciativas de innovación y emprendimientos, en los distintos sectores económicos como son el turismo, la agricultura, la gastronomía entre otros, previo a los estudios realizados en cada una de las instituciones a las que representan.

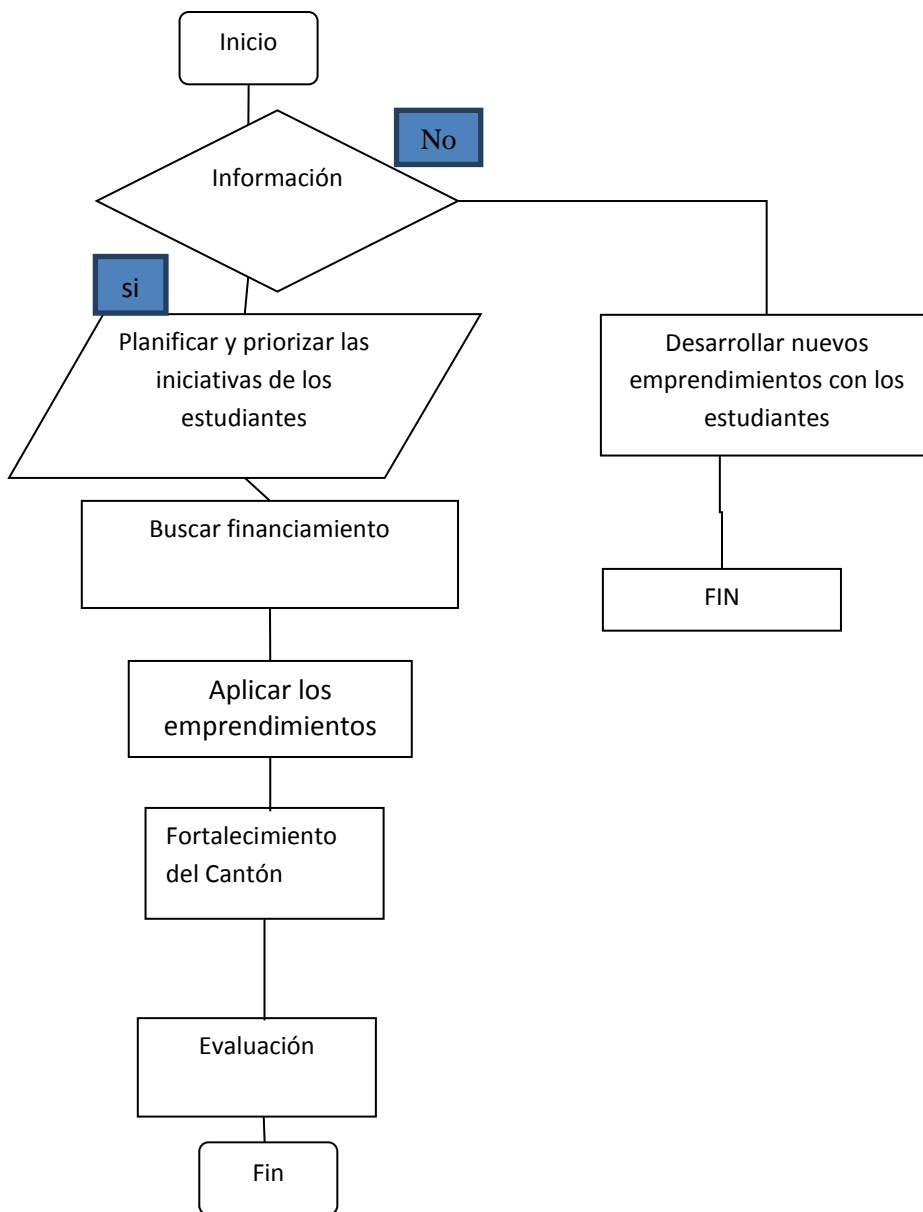


Figura 62 Procedimiento Acción 3

Acción: Realizar convenios y alianzas desde las autoridades, las diferentes industrias y la población del cantón para generar ferias y exposiciones que muestren las riquezas y atractivos del cantón.

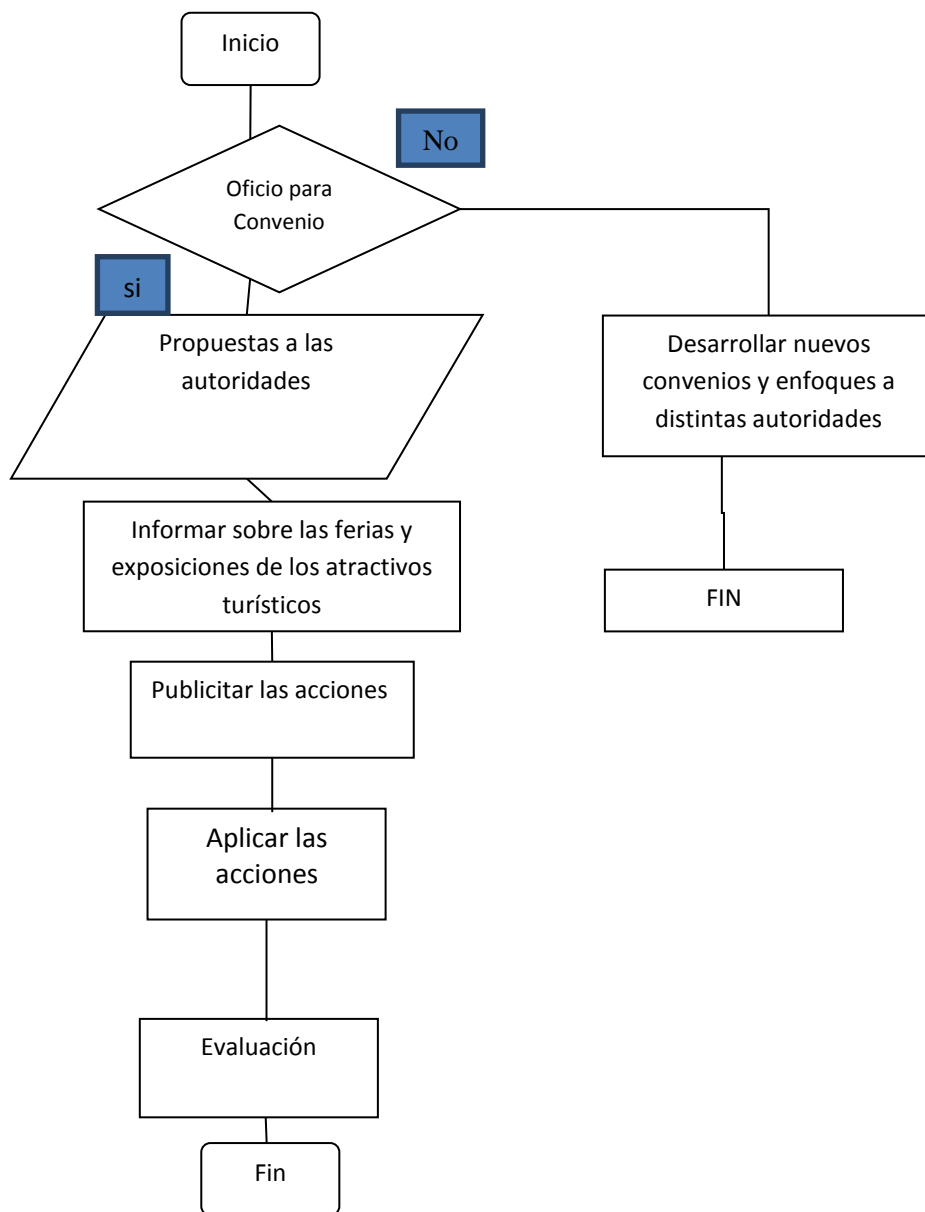


Figura 63 Procedimiento Acción 4

Acción: Diseñar y ejecutar con un equipo de comunicadores sociales el plan de comunicación interno y externo para el cantón, que articule las distintas parroquias y autoridades competentes.

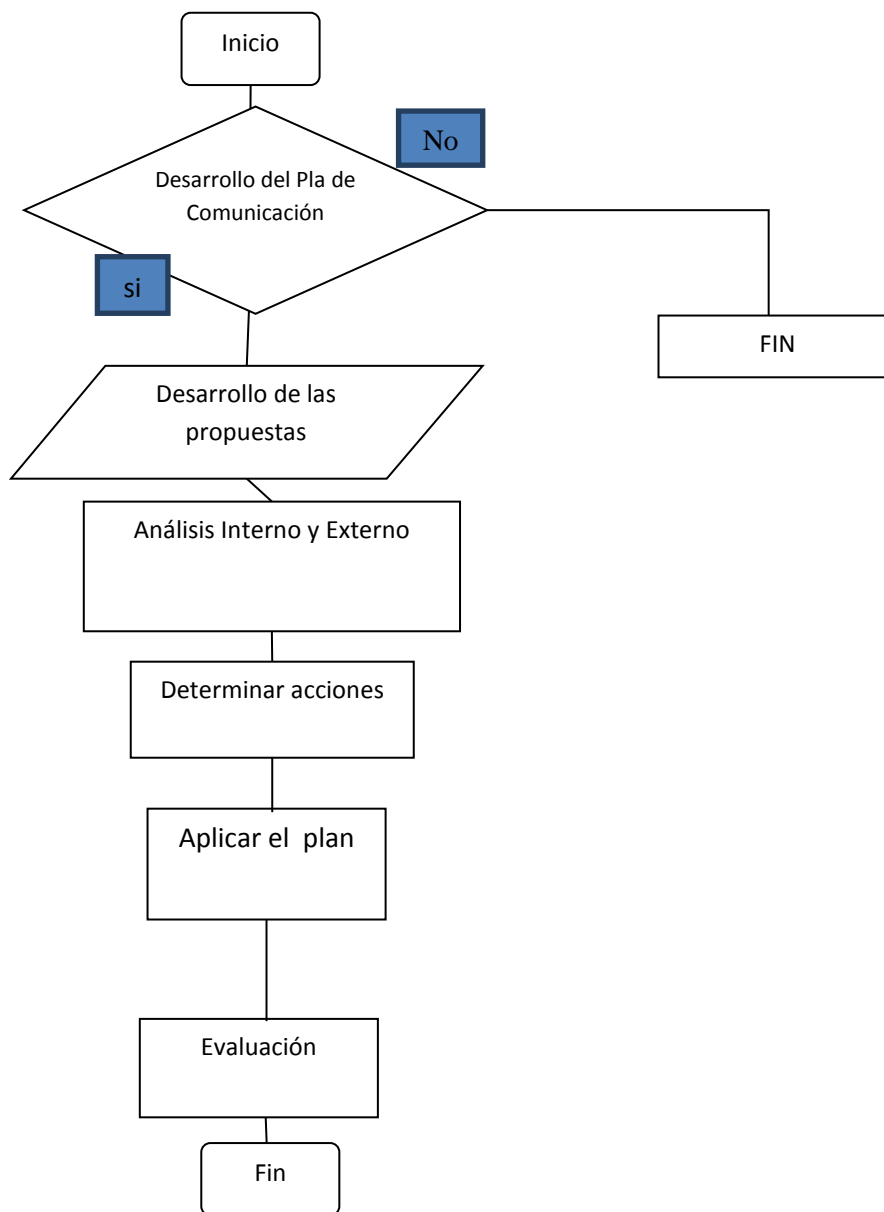


Figura 64 Procedimiento Acción 5

Acción: Solicitar e impulsar charlas con activistas y especialistas en medio ambiente, en convenio con el ministerio de turismo y ambiente para generar responsabilidad ambiental dentro del cantón.

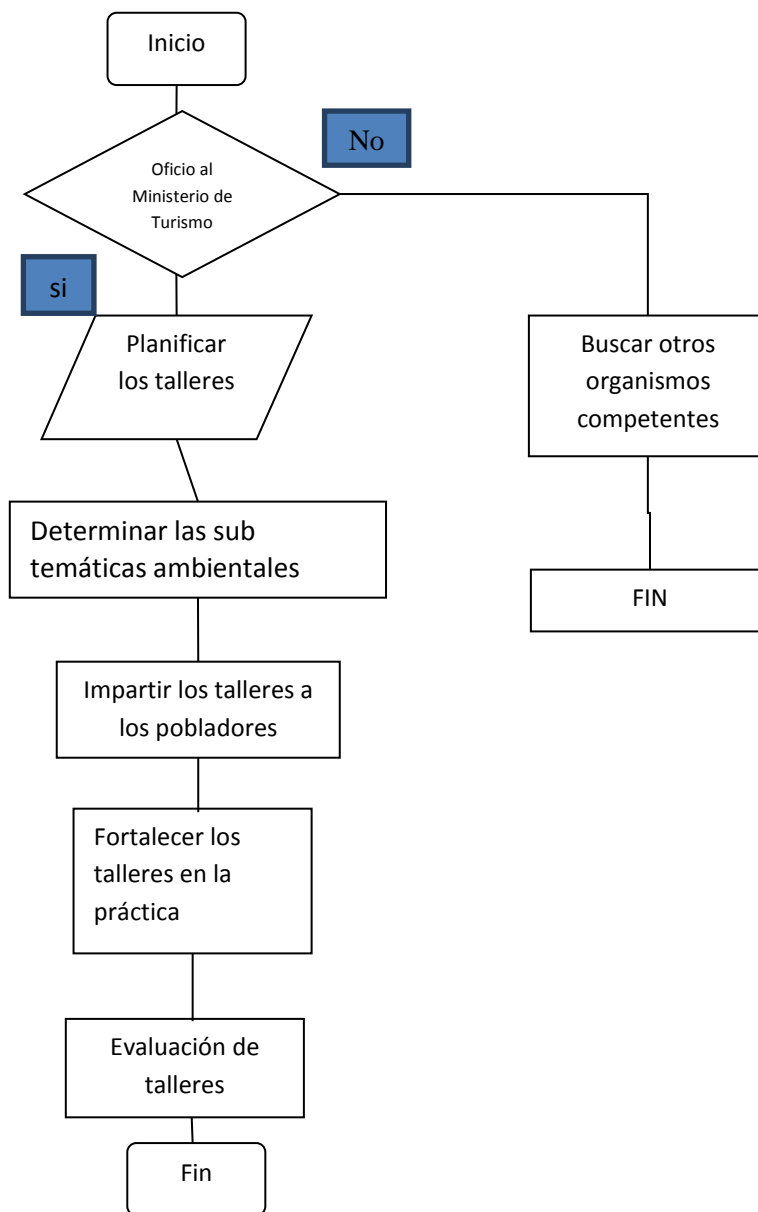


Figura 65 Procedimiento Acción 6

Acción: Promover el equipamiento y uso de nuevas tecnologías y disminuir la resistencia al cambio en los pobladores mediante talleres de innovación y renovación en cada actividad que realicen los moradores y dueños de empresas que impulsan el comercio en Cayambe, así como a través de talleres de capacitación para que los pobladores aprendan el uso de nuevas tecnologías que serán implantadas tanto en la producción agrícola como en las pequeñas empresas prestadoras de servicios turísticos, para de esta manera tengan más disposición a realizar cambios en sus actividades productivas.

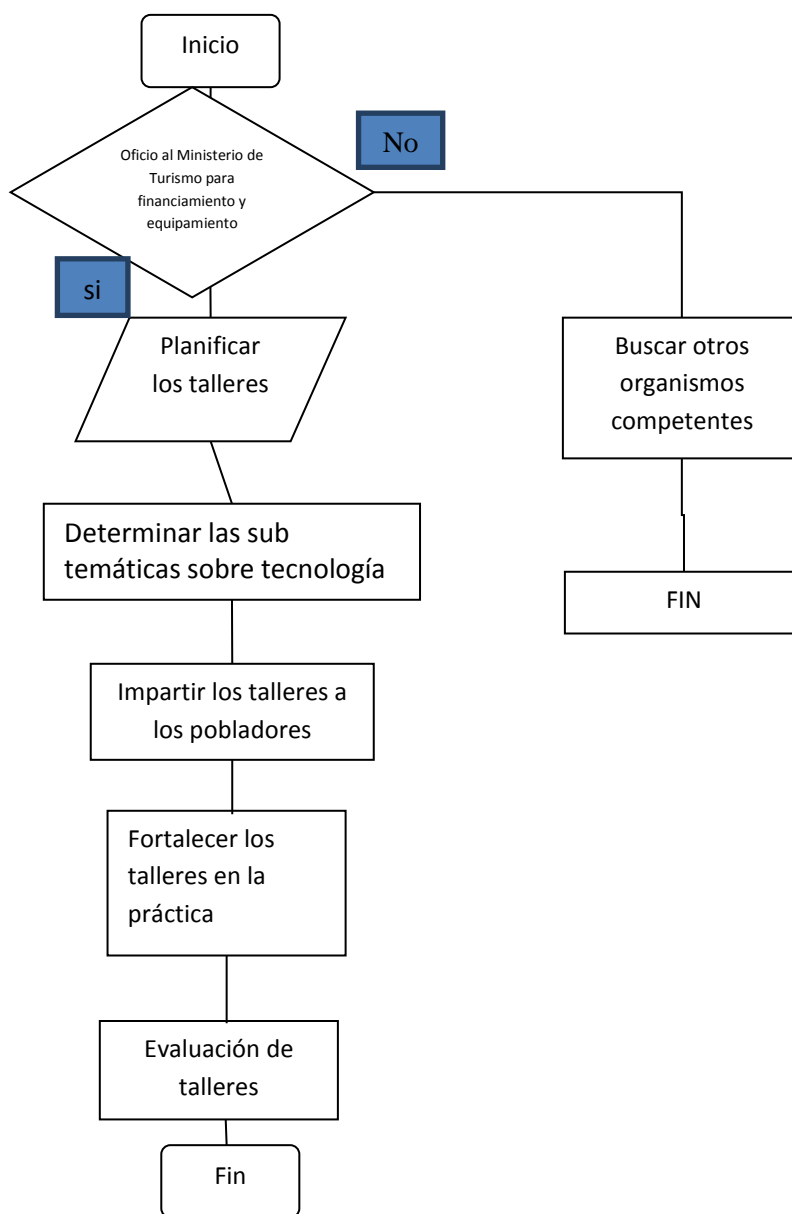


Figura 66 Procedimiento Acción 7

Acción: Efectuar solicitudes al alcalde y autoridades para gestionar nuevos obras y proyectos en el cantón, principalmente mejorar las condiciones de las vías de acceso a las comunidades lejanas para permitir una mayor participación de los habitantes en el desarrollo productivo del cantón, para lo cual es necesario especificar las necesidades actuales y los beneficios que trae consigo las obras que se necesita en el lugar.

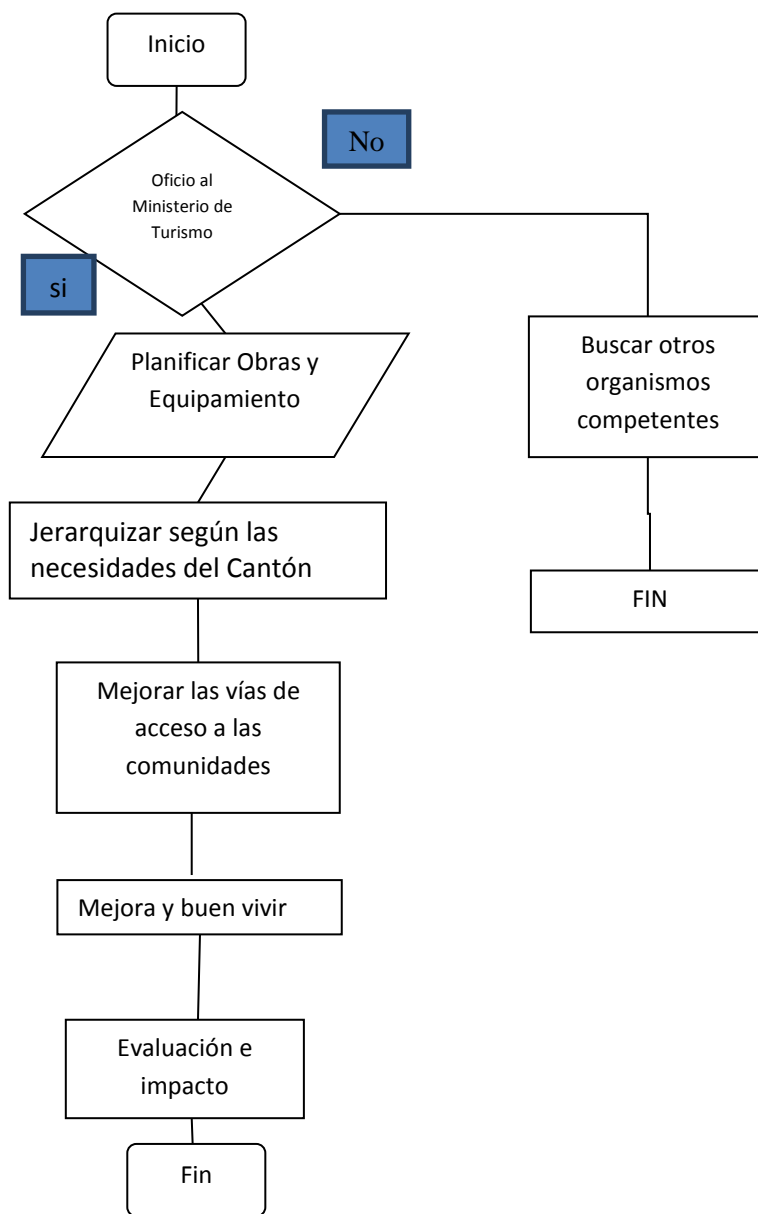


Figura 67 Procedimiento Acción 8

Acción: organizar y planificar un cronograma para generar ferias y exposiciones a cargo de las comunidades indígenas del cantón para que se impulse espacios de productos orgánicos agrícolas desde los mismos agricultores.

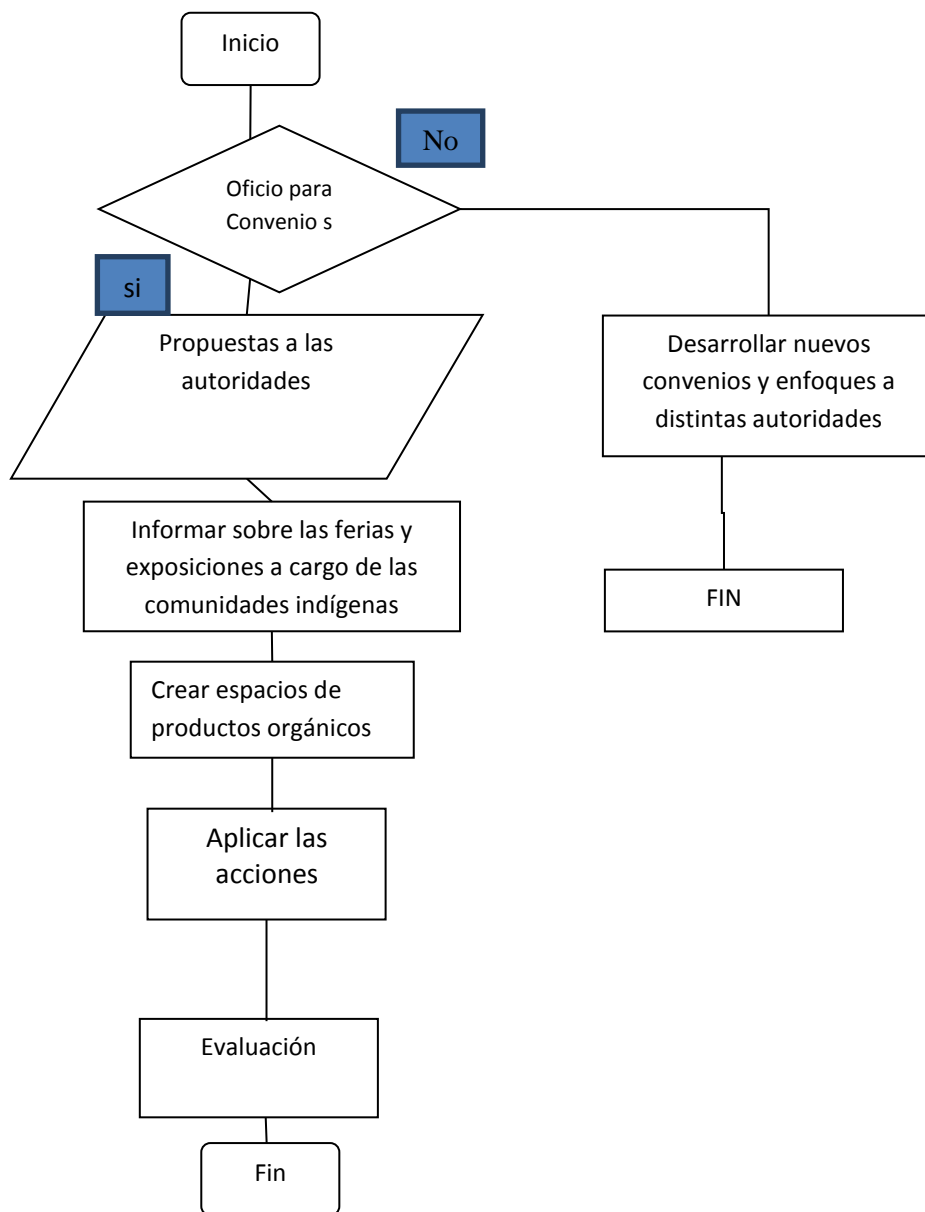


Figura 68 Procedimiento Acción 9

Acción: Capacitar al habitante del cantón sobre la importancia del turismo, a la vez desarrollar una página web turística del lugar y con ella sociabilizar los distintos atractivos.

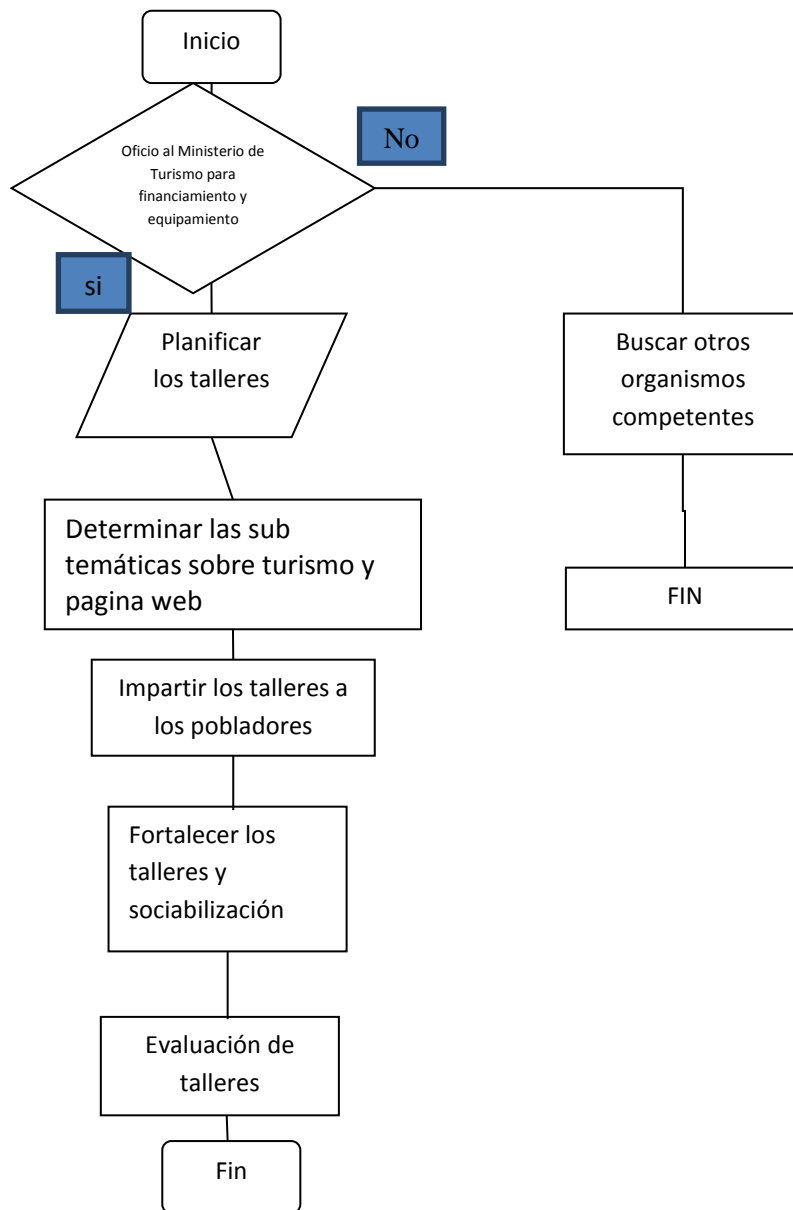


Figura 69 Procedimiento Acción 10

Acción: Realizar promociones, ofertas y rebajas al producto de acuerdo a las necesidades del cliente.

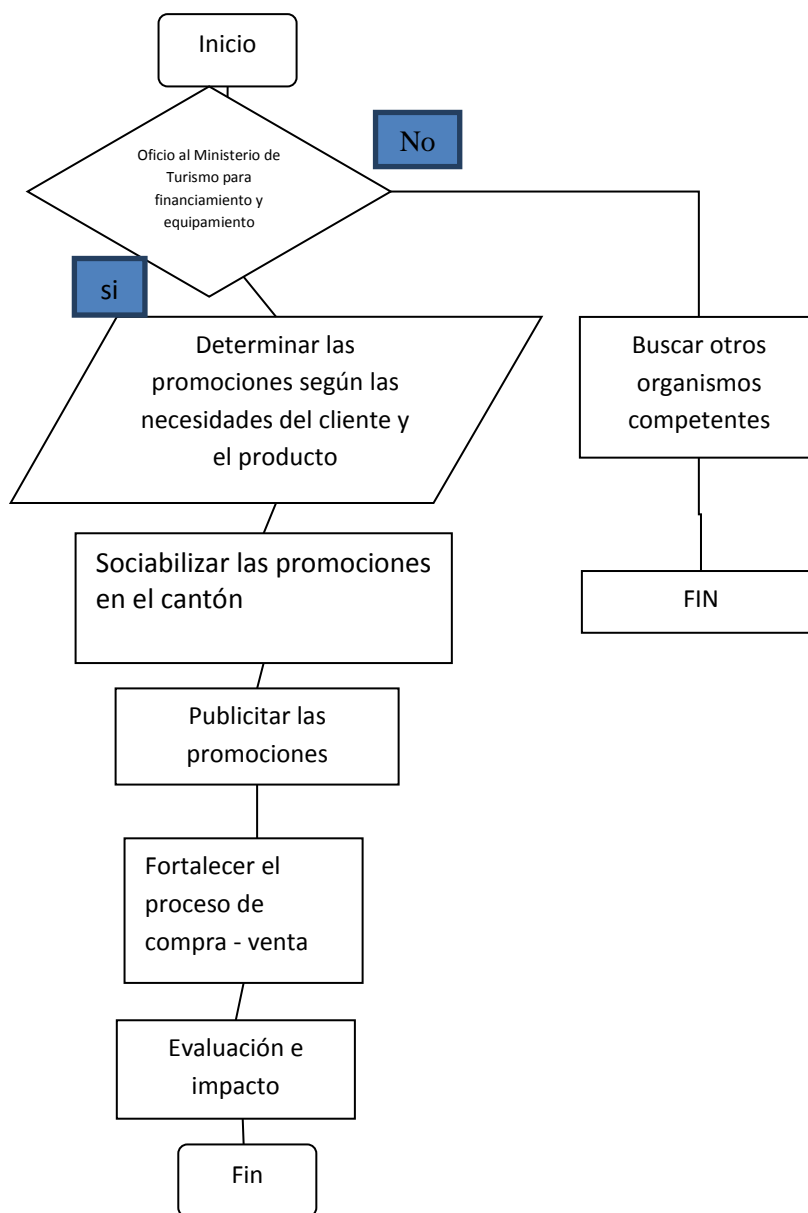


Figura 70 Procedimiento Acción 11

Acción: Emitir charlas sistematizadas del proceso de compra - venta, actitudes del consumidor, marketing y publicidad con expertos en el área.

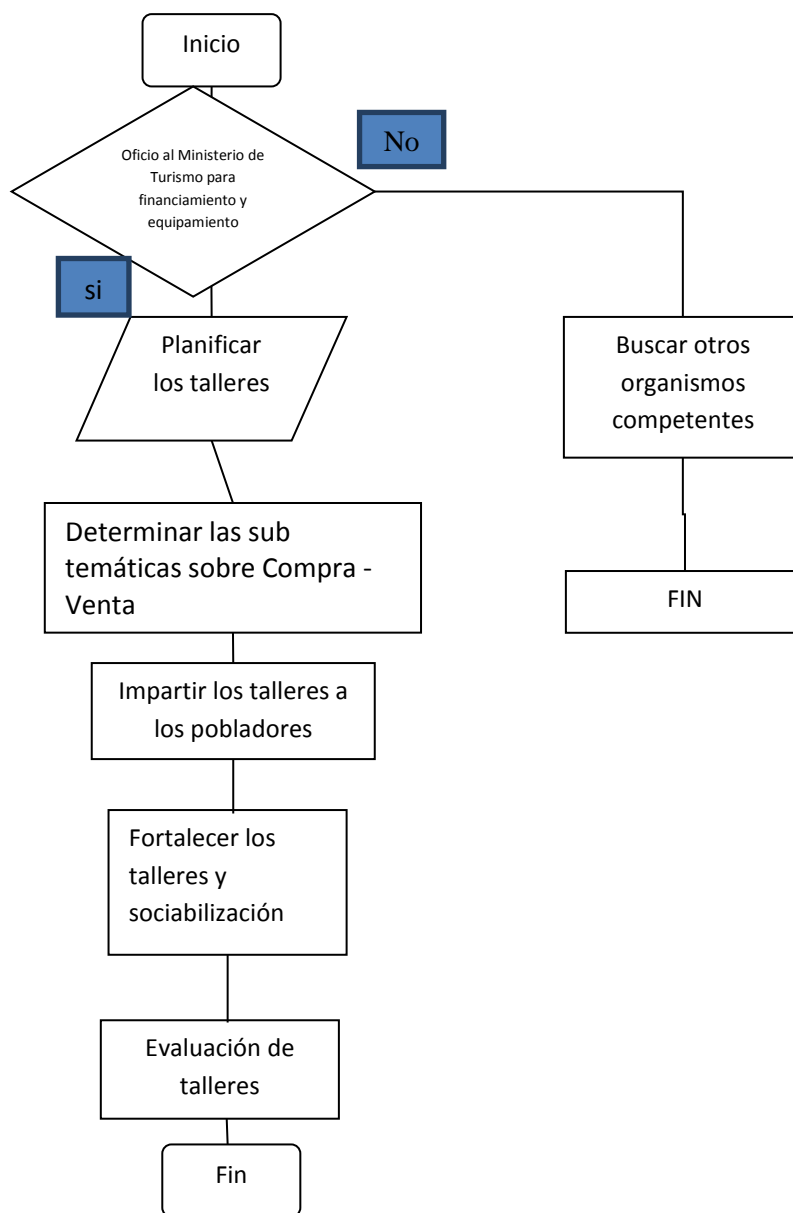


Figura 71 Procedimiento Acción 12

5.12. Implementación y control

Una vez precisadas las estrategias y los procedimientos para impulsar un turismo sostenible, es necesario implementarlas, por lo tanto es importante contar con los recursos adecuados para que estos se apliquen efectivamente.

Una vez definidas las estrategias, se requiere implantarlas. Para llevar a cabo una estrategia, la organización que gestiona el destino turístico debe contar con los recursos adecuados. Los planes no valen hasta que no son aplicados en forma efectiva. (Bigné, Font, & Andreu, 2000, pág. 415)

Con el objetivo de implementar la actividad turística dentro del Cantón Cayambe mediante el modelo de comercialización se plantea diversificar la oferta de productos turísticos.

En este sentido la diversificación se encamina a incentivar el desarrollo de un turismo vinculado a la naturaleza, generar un acercamiento con la comunidad, frente a un reconocimiento cultural de la zona. Fomentar la creación de productos innovadores con respaldo y colaboración del ministerio de turismo y autoridades correspondientes.

Vincular la producción nacional al desarrollo turístico de la zona. Con la adecuación de la oferta turística conforme a los estudios y resultados que surjan de los mismo, con la finalidad de ofrecer al visitante una experiencia satisfactoria.

Otro de los ámbitos en los cuales es necesaria una implementación de procesos y control es la capacitación de los recursos humanos, es decir, profundizar líneas de trabajo en atención al cliente y ofertas frente a las necesidades turísticas. Por lo tanto es necesario ejecutar mediante la implementación de medidas para generar espacios de vinculación con todos los actores turísticos con miras a alcanzar calidad.

Turismo y recursos naturales son dos elementos que se encuentran en estrecha relación, siendo necesario implementar acciones de control tales como los impactos

de ambientales que produce la actividad turística, así como fomentar el uso responsable de los recursos naturales.

- **Controlar impactos ambientales**

El control de impactos ambientales refiere al desarrollo de un turismo amigable, y responsable con el medio ambiente, de tal manera que las actividades para controlar o minimizar impactos ambientales van de la mano con aquellos organismos que regulan esta actividad.

- ✓ Gestionar eficientemente las eventualidades negativas generadas por el impacto del turismo en los recursos naturales.
- ✓ Trabajar en la implementación de energías renovables, el reciclaje,

- **Fomentar el uso responsable de los recursos naturales**

El fomento responsable de los recursos naturales se encamina a preservar y conservar el lugar turístico y los elementos naturales que allí se encuentran. Por lo tanto es preciso impulsar y socializar normas de comportamiento para los visitantes, de igual manera establecer normas que garanticen el uso responsable de los recursos naturales desde las empresas, los visitantes y los habitantes de la zona.

5.13. Evaluación

El tema de evaluación se configura y sustenta a partir del interés en obtener información y datos que sirvan como indicadores de calidad y gestión, con la finalidad de corregir errores, dentro del análisis y evaluación es posible aplicar en diferentes áreas a fin de obtener una información esquematizada y ordenada.

Por otro lado la evaluación se enfoca en determinar el equilibrio de la actividad turística, logrando la satisfacción del visitante o turista y la conservación del medio ambiente.

Para realizar la evaluación del proceso de comercialización se desarrollarán encuestas cualitativas por medio de canales de comunicación como: correo electrónico, vía telefónica, buzón de sugerencias.

Modelo de Encuesta (preguntas claves)

- 1) Está satisfecho con la atención del usuario en la obtención del producto.
- 2) Que le pareció el producto o lugar visitado
- 3) Usted regresaría al lugar visitado
- 4) Sugerencias que pueda dar respecto al producto o lugar visitado

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Tras realizar el estudio investigativo sobre modelos de comercialización se concluye lo siguiente:

- Mediante un modelo estratégico de comercialización es posible potencializar y mejorar procesos de comercialización de productos turísticos del Cantón Cayambe a fin de impulsar dicho sector, incrementando los ingresos para la localidad.
- Se definió y gestionó que instituciones y entidades gubernamentales en la actualidad están gestionando proyectos de financiación encaminados a fortalecer o impulsar proyectos turísticos para los actores empresariales y habitantes del cantón.
- Un modelo de comercialización integral se sustenta en una gestión enfocada en la capacitación de los pobladores del Cantón Cayambe para generar un turismo ecológico sustentable. De tal manera que todo modelo comercial turístico busca un desarrollo del sector turístico de manera responsable y sostenible, con la finalidad de convertirse en un sector económico de relevancia para un determinado sector, incorporar la participación de los habitantes y las entidades respectivas dentro del campo turístico, alcanzando los mejores beneficios.
- Un modelo de comercialización turística se centra mediante un estudio del sector turístico por lo tanto se desarrolló estrategias de marketing para fortalecer el turismo comunitario, ecológico y cultural del cantón.

6.2 Recomendaciones

- Implementar el modelo estratégico de comercialización para mejorar los procesos de comercialización del turismo en el Cantón Cayambe para incrementar los ingresos en esta actividad, logrando posicionamiento y reconocimiento.
- Buscar apoyo de entidades e instituciones de financiamiento en el ámbito de proyectos turísticos para los actores empresariales y habitantes del cantón encaminados a mejorar e innovar en la atención al cliente.
- Capacitar constantemente a los pobladores del Cantón Cayambe para generar un turismo enfocado en un desarrollo sustentable, encaminado a conservar y preservar las áreas naturales en las cuales se ejecuta la actividad turística, procurando mantener todas las medidas apropiadas que generen el mínimo impacto ambiental.
- Investigar y revisar constantemente las estrategias de marketing para fortalecer el turismo comunitario, ecológico y cultural del Cantón, de acuerdo a las necesidades evidenciadas.

Bibliografía

- Abellán, M. A. (2006). *La evaluación del impacto ambiental de proyectos y actividades agroforestales*. Univ de Castilla La Mancha.
- Aceves, L. O. (2014). *Modelo de comercialización para la producción de lácteos funcionales como factor de competitividad en las empresas Queretanas*.
- Almeida, C. (2013). *Estudio de Factibilidad para la Implementación de una operadora de Turismo rural comunitario para potencializar los atractivos turísticos del pueblo Kayambi*. Quito.
- Append. (2011). *Estudio sobre el modelo comercial de Logroño para la cámara de comercio de la Rioja*.
- Arnoletto, E. (2007). *La administración de la producción como ventaja competitiva*. Estados Unidos: Eumed.
- Austermuhle, S. (2015). *Sostenibilidad y ecoeficiencia en la empresa moderna*. Lima, Perú: Yo Publico.
- Ballesteros, E. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito, Ecuador: Abya Yala.
- Barbieri, A., & Papis, O. (2003). *Deporte y recreación accesibles*. Nobuko.
- Benavidez, J. R. (2007). *Comercialización del producto turístico Coprotur*. Universidad Estatal a Distancia Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Esic Editorial.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Venta de Servicios Turísticos*. Ideas Propias.
- Castelló, E. (2007). *Gestión Comercial de Servicios Financieros*. Madrid, España : Esic.
- Castillo, O., & Guerra, I. G. (2011). Propuesta para la comercialización de productos turísticos para el. *Anuario Digital Cemi: Migraciones Internacionales y Emigración Cubana*.
- Ching, F. H., Ortega, R. M., & Rojas, A. Y. (2012). *Modelo de gestión de la mesa Turística del Guayas*. Guayaquil – Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado del Guayas.

- Asamblea Nacional. (2008). Constitución del Ecuador: De los Gobiernos autónomos. Quito.*
- Curiel, J. (2013). *Turismo cultural y gestión de museos*. Madrid: Dykinson.
- El Ministerio de Finanzas. (2012). *Informe de distribución presupuestal 2011 2012*. Quito.
- Galera, A. (2005). *El concepto biológico de naturaleza: un instrumento cognitivo*. . Dpto. de la Ciencia, Intituto de Historia, Csic. Éndoxa: Series Filosóficas.
- García, J. E. (2008). *Destinos turísticos: viejos problemas ?Nuevas Soluciones?* Madrid, Espana : Universidad de Castilla.
- Gómez, B. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona, Espana: Universidad de Barcelona.
- Gómez, D. E. (2013). *Evaluación de impacto ambiental*. Mundi Prensa.
- Guerra, M. (2012). *Cayambe: entre la agroempresa y la agrobiodiversidad*. FLACSO.
- INEC. (2008). *Censo poblacional y de vivienda*. Cayambe.
- INEC. (2010). *Censo de poblaciony vivienda 2010*. Cayambe.
- INEC. (2015). *Reporte de pobreza por ingresos*. Quito.
- Krugman, P., Olney, M. L., & Wells, R. (2008). *Fundamentos de economía*. Reverte.
- Larrea, C. (2006). *Hacia una Historia ecológica del Ecuador: prpuestas para el debate*. Corporación Editora Nacional.
- Mauvecin, M. C. (2010). *Estudio para el Desarrollo del Turismo como cadena de valor de la región centro de la República Argentina* . Región Centro Santa Fe: Cfi.
- Ministerio de Turismo y Deporte. (2010). *Cadena de Valor Turística* . Ministerio de Turismo y Deporte Uruguay .
- Minsiterio de Relaciones Exteriores. (2012). *Análisis sectorial del turismo*. Quito.
- Novás, N. C. (2010). *Promoción Y Venta de Servicios Turísticos*. Ideaspropias Editorial S.L.
- Peluffo. (2009). *Definición y caracterización de un modelo comercial para la asesoría y venta de seguros de personas y familias para la empresa líder del sector en la ciudad de Medellín*. Medellín, Colombia: Universidad Nacional de Colombia .
- Pinto, M. (2010). *Plan de desarrollo turístico para la parroquia de Rumipamba, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha. Tesis de grado previo a la*

obtención del título de ingeniero en administración de Empresas Turísticas y Preservación Ambiental. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.

Revista de Ciencias Sociales. (2005). Revista de Ciencias Sociales. RCS, 108.

ROS Development & Planning S. L. (2008). *Modelos de Gestión Turística Local. Principios y práctica.* Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias.

Sánchez, A. (2011). *Conceptos básicos de gestión ambiental y desarrollo sustentable.* Instituto Nacional de Ecología.

Vanegas, M. (2006). *Ecoturismo Instrumento de Desarrollo Sostenible.* Medellín: Universidad de Antioquia.

Vásquez, R. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad.* Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla.