



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

**UNIDAD ACADÉMICA EXTERNA
“HÉROES DEL CENEPA”**

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

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA
PARROQUIA SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI,
PROVINCIA DE PICHINCHA.**

**AUTORA: ALTAMIRANO LUCERO, ESTEFANÍA
VIVIANA**

**DIRECTOR: MSC. HUARACA, LUIS
CODIRECTOR: MBA. AVILÉS, BYRON**

**QUITO
2015**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS**Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras****CERTIFICADO****DIRECTOR:** Msc. Luis Huaraca**CODIRECTOR:** Ing. Byron Avilés M.B.A.**CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI PROVINCIA DE PICHINCHA” realizado por Estefanía Viviana Altamirano Lucero ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

Debido a que se han cumplido con las condiciones y parámetros establecidos para la realización de la presente investigación, se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Estefanía Viviana Altamirano Lucero, que lo entreguen a la Ing. Mariana Pavón, en su calidad de Directora de la Carrera.

Quito, Mayo del 2015



Msc. Luis Huaraca

DIRECTOR



M. B. A. Byron Avilés M.B.A.

CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Estefanía Viviana Altamirano Lucero

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SANGOLQUI, CANTÓN RUMIÑAHUI PROVINCIA DE PICHINCHA”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, haciendo referencia a las fuentes bibliográficas consultadas, las mismas que se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Mayo del 2015



Estefanía Viviana Altamirano Lucero

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS**Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras****AUTORIZACIÓN**

Yo, ESTEFANÍA VIVIANA ALTAMIRANO LUCERO

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en el repositorio digital de la Institución del trabajo “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SANGOLQUÍ, CANTÓN RUMIÑAHUI PROVINCIA DE PICHINCHA”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Mayo del 2015



Estefanía Viviana Altamirano Lucero

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios por mostrarme día a día que con salud, vida, paciencia y sabiduría todo en la vida es posible.

A toda mi familia, especialmente a mi madre Digna Lucero ya que a lo largo de mi vida siempre ha estado presente, guiándome y dándome palabras de aliento para llegar hasta el final de mis estudios, y crecer de manera espiritual y profesional.

A mis queridos hermanos Diana y Luis David que han estado en este largo recorrido ofreciéndome su hombro, su apoyo y los ánimos correspondientes para seguir adelante.

A mi sobrino Eric, el ser humano que ha llenado profundamente mi corazón, su nacimiento lleno de alegría mi vida, y todo ese cariño y ternura fue el motor de mis estudios.

A todos mis amigos, compañeros, conocidos, maestros, al Gral. Carlos Rodríguez Arrieta ex rector de la universidad, quien desde lejanas tierras supo apoyarme incondicionalmente, y a todos los demás quienes han conformado esta etapa de mi vida, la cual ha sido incomparable llena de experiencias y satisfacciones

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado; un esfuerzo total es una victoria completa” Gandhi

Estefanía

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la dicha de tener una madre excepcional, por darme salud, inteligencia, perseverancia para culminar esta etapa.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas por darme la posibilidad de ser estudiante de sus distinguidas aulas, así también a mis profesores que han estado presentes en el proceso de formación.

A mi madre quien con amor, esfuerzo y dedicación encaminaron el rumbo de mi superación, con valores y pilares fundamentales para ser una excelente persona, útil para la sociedad.

A toda mi familia, y amigos por estar siempre pendientes de mí y compartir conmigo las diferentes realidades de la vida

A mis estimados tutores de tesis Ing. Luis Huaraca e Ing. Byron Avilés por ser mis guías de investigación y por compartir conmigo sus conocimientos, afecto y comprensión.

Un agradecimiento muy sincero a todas las personas que una forma directa e indirectamente en la realización de este proyecto, puesto que sin su ayuda no se hubiera podido realizar este sueño tan esperado.

Estefanía

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO	ii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xx
1. CAPITULO I MARCO TEÓRICO	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES	3
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4. JUSTIFICACIÓN	5
1.5. OBJETIVOS	6
1.5.1. Objetivo General	6
1.5.2. Objetivos Específicos.....	6
1.6. METODOLOGÍA	7
1.7. IDEA A DEFENDER.....	9
1.8. MARCO TEÓRICO	9
1.8.1. Perspectivas teóricas existentes.....	9
1.8.2. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación	11
1.8.2.1. Diagnóstico situacional.....	11
1.8.2.1.1. Macroambiente.....	11
1.8.2.1.2. Microambiente.....	12
1.8.2.1.3. Análisis interno- Capacidades estratégicas	12
1.8.2.1.4. Análisis FODA.	13
1.8.2.1.5. Estudio de mercado.....	14
1.8.2.1.6. Plan de desarrollo turístico	16
1.8.2.1.7. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial	17

1.8.2.1.8. Inventario de atractivos.....	18
1.8.2.1.9. Creación de paquetes turísticos	20
1.8.2.1.9.1.Producto turístico	20
1.8.2.1.9.2.Componentes.....	20
1.8.2.1.9.3.Diseño del producto.	21
1.8.2.1.9.4.Elaboración de paquetes turísticos	22
1.8.2.1.10.Técnicas promocionales ATL y BTL.....	22
1.8.2.1.11.Seguridad e higiene en la manipulación de alimentos.....	23
1.8.2.1.12. Técnicas de restaurante.....	25
1.8.2.1.13. Buenas prácticas ambientales	27
1.8.3. Componentes teóricos.....	30
1.9. MARCO CONCEPTUAL	33
2. CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	40
2.1. ANÁLISIS EXTERNO.....	40
2.1.1. Macroambiente.....	40
2.1.1.1. Entorno político	40
2.1.1.1.1. Renta per cápita.....	40
2.1.1.1.2. Tasa de desempleo.....	41
2.1.1.1.3. Tasa de inflación	43
2.1.1.1.4. Análisis del PIB	44
2.1.1.1.5. Balanza comercial.....	44
2.1.1.2. Entorno Sociocultural	45
2.1.1.2.1. Factores demográficos.....	45
2.1.1.2.2. Tamaño de la población y distribución	45
2.1.1.2.3. Distribución por edades.....	48
2.1.1.2.4. Niveles de formación.....	50
2.1.1.2.5. Niveles de ingresos	52

2.1.1.2.6. Grupos étnicos	53
2.1.1.3. Entorno geográfico	54
2.1.1.3.1. Ubicación geográfica del Ecuador	54
2.1.1. 3.2. Hidrografía	56
2.1.1.3.3. Orografía	57
2.1.1.3.4. Clima	59
2.1.1.3.5. Infraestructura vial	62
2.1.1.3.6. Servicios básicos	64
2.1.1.4. Entorno Tecnológico	67
2.1.1.4.1. Conectividad	67
2.1.1.4.2. Sistemas informáticos utilizados en el sector turístico	69
2.1.1.4.3. Nuevas tendencias tecnológicas	71
2.1.1.5. Entorno Político	72
2.1.1.5.1. Forma de gobierno	72
2.1.1.5.2. Estabilidad política	73
2.1.1.5.3. Planes y programas gubernamentales	74
2.1.1.5.3.1. Plan Nacional del Buen Vivir	74
2.1.1.5.3.2. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rumiñahui	75
El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rumiñahui	75
2.1.1.5.3.3. Plan Estratégico de Rumiñahui	76
2.1.1.5.3.4. Plandetur 2020	77
2.1.1.5.4. Convenios y programas de cooperación internacional	78
2.1.1.6. Entorno Legal	78
2.1.1.6.1. Constitución de la República del Ecuador	78
2.1.1.6.2. Leyes y reglamentos	79
2.1.1.6.2.1. Ley de Turismo	79

2.1.1.7. Microambiente	80
2.1.1.7.1. Atractivos Turísticos de la Parroquia de Sangolquí	80
2.1.2.2. Clientes	87
2.1.2.3. Competencia	87
2.1.2.4. Sustitutos.....	88
2.1.2.5. Proveedores	88
2.1.3. ANÁLISIS INTERNO	88
2.1.3.1. Constitución legal	88
2.1.3.2. Recursos y capacidades	91
2.1.3.2.1. Tangibles.....	91
2.1.3.2.1.1. Económicos y Financieros	91
2.1.3.2.1.2. Físicos.....	92
2.1.3.2.1.3. Tecnológicos	92
2.1.3.2.1.4. Estructura Organizacional	93
2.1.3.2.2. Intangibles	94
2.1.3.2.2.1. Humanos.....	94
2.1.3.2.2.2. Innovación y creatividad.....	94
2.1.4. ANALISIS FODA	95
3. CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO.....	98
3.1. Población y Muestra.....	98
3.1.1. Determinación de la muestra o población de estudio de la oferta..	98
3.1.2. Tabulación de la encuesta realizada a los prestadores de servicios de la parroquia Sangolquí	99
3.1.3. Estudio de la Demanda.....	113
3.1.3.1. Determinación del Universo o población de estudio de la demanda.....	113
3.1.3.2. Tabulación de la encuesta realizada a los turistas de la parroquia Sangolquí.....	114

3.1.4. Definición del perfil del cliente.....	134
4. CAPITULO IV PROPUESTA	135
4.1. Manejo del inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Sangolquí.....	136
4.2. Paquetes Turísticos	152
4.3 Página web turística de Sangolquí.....	160
4.4 Díptico.....	161
4.5 Postales	162
4.6. Valla Publicitaria	173
4.7. Roll Up	174
4.8.Publicidad Radial	176
4.9.Buenas Prácticas Ambientales	177
4.9.1. Buenas Prácticas Ambientales para los prestadores de servicios.....	177
4.9.2. Buenas Prácticas Ambientales para el Hogar	180
4.10. Talleres de capacitación a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia de Sangolquí	183
4.11. Presupuesto.....	190
4.12. Cédula Presupuestaria	194
4.13. Financiamiento.....	195
5. CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	196
5.1. CONCLUSIONES	196
5.2. RECOMENDACIONES	198
Bibliografía.....	199

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Renta per cápita	40
Cuadro 2 Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, a nivel país, provincia y cantón	47
Cuadro 3 Distribución de edad del cantón Quito	48
Cuadro 4 Distribución de edad del cantón Rumiñahui	49
Cuadro 5 Niveles de formación del cantón Quito	50
Cuadro 6 Niveles de formación del cantón Rumiñahui	51
Cuadro 7 Ingresos y gastos en las familias ecuatorianas	52
Cuadro 8 Ingresos y gastos en las familias ecuatorianas en el área urbana y rural	52
Cuadro 9 Género de prestadores de servicios	99
Cuadro 10 Edad de prestadores de servicios	100
Cuadro 11 Instrucción educativa de prestadores de servicios	101
Cuadro 12 Servicios que ofertan los establecimientos turísticos	102
Cuadro 13 Categoría de los establecimientos	103
Cuadro 14 Temporada del año que hay más afluencia de turistas	104
Cuadro 15 Pago de un turista por el servicio de alojamiento	105
Cuadro 16 Pago de un turista por el servicio de alimentación	106
Cuadro 17 Pago de un turista por el servicio de transporte	107
Cuadro 18 Pago de un turista por el servicio de actividades recreativas ...	108
Cuadro 19 Medios donde realiza publicidad de los servicios que oferta....	109
Cuadro 20 Calidad de los servicios	110
Cuadro 21 Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí	111
Cuadro 22 Capacitaciones en temas relacionados a hotelería y turismo ..	112
Cuadro 23 Género de turistas de la parroquia Sangolquí	114
Cuadro 24 Edad de turistas de la parroquia Sangolquí	115
Cuadro 25 Instrucción educativa de turistas de la parroquia Sangolquí	116
Cuadro 26 Visitas a Sangolquí	117
Cuadro 27 Frecuencia de visitas al mes a la parroquia Sangolquí	118
Cuadro 28 Temporada del año que le gusta visitar Sangolquí	119
Cuadro 29 Motivación para visitar Sangolquí	120
Cuadro 30 Tipos de turismo	121

Cuadro 31 Formas de realizar turismo.....	122
Cuadro 32 Lugares turísticos de Sangolquí.....	123
Cuadro 33 Número de días que un turista permanece en la parroquia de Sangolquí	124
Cuadro 34 Tipo de alojamiento que utilizó la última vez	125
Cuadro 35 Pago de alojamiento por persona diariamente.....	126
Cuadro 36 Número de comidas consume el turista en su visita	127
Cuadro 37 Pago por Alimentación diaria por persona	128
Cuadro 38 Tipo de transporte que usa el turista para ir a Sangolquí.....	129
Cuadro 39 Pago diario de un turista por el servicio de transporte	130
Cuadro 40 Pago diario de un turista por actividades recreativas	131
Cuadro 41 Publicidad de Sangolquí.....	132
Cuadro 42 Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí	133
Cuadro 43 Costos por turista- Tour “Sangolquí en su esplendor”	153
Cuadro 44 Tabla de costos por turista- Tour “Sangolquí natural”	157
Cuadro 45 Presupuesto de publicidad.....	190
Cuadro 46 Presupuesto de capacitación- Taller N°1	191
Cuadro 47 Presupuesto de capacitación- Taller N°2	192
Cuadro 48 Presupuesto capacitación- Taller N°3	193
Cuadro 49 Cédula presupuestaria	194

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Metodología de la investigación.....	9
Figura 2. Técnicas promocionales ATL y BTL	23
Figura 3. Causas y efectos de la contaminación.....	24
Figura 4. Tipo de servicio.....	26
Figura 5. Montaje de mesas	27
Figura 6. PIB (per cápita, dólares 2007)	40
Figura 7. Clasificación de la población.....	42
Figura 8. Inflación mensual (Porcentajes, 2013-2014).....	43
Figura 9. Producto interno bruto- PIB	44
Figura 10. Balanza comercial 2014 (millones de dólares)	44
Figura 11. Población ecuatoriana	46

Figura 12. Regiones del Ecuador.....	55
Figura 13. Hidrografía del Ecuador	56
Figura 14. Mapa físico del Ecuador	57
Figura 15. Mapa climatológico del Ecuador	61
Figura 16. Vías primarias del país	62
Figura 17. Energía eléctrica.....	65
Figura 18. Teléfono.....	66
Figura 19. Agua	66
Figura 20. Acceso a servicios básicos por parroquias Cantón Rumiñahui ..	67
Figura 21. Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional	67
Figura 22. Hogares que tienen teléfono fijo y celular a nivel nacional	68
Figura 23. Porcentaje de personas que utilizan computadora por grupos de edad a nivel nacional	68
Figura 24. Porcentaje de personas que usan computadora por provincias en el 2013	69
Figura 25. Lista de atractivos turísticos.....	81
Figura 26. Catastro del Cantón Rumiñahui.....	86
Figura 27. Perfil del cliente	87
Figura 28. Estructura organizacional del cantón Rumiñahui.....	93
Figura 29. Análisis de las fortalezas y oportunidades de Sangolquí.....	95
Figura 30. Análisis de las debilidades y amenazas de Sangolquí.....	96
Figura 31. Mapa estratégico	97
Figura 32. Género de prestadores de servicios	99
Figura 33. Edad de prestadores de servicios.....	100
Figura 34. Instrucción educativa de prestadores de servicios	101
Figura 35. Servicios que ofertan los establecimientos turísticos.....	102
Figura 36. Categoría de los establecimientos	103
Figura 37. Temporada del año que hay más afluencia de turistas.....	104
Figura 38. Pago de un turista por el servicio de alojamiento	105
Figura 39. Pago de un turista por el servicio de alimentación.....	106
Figura 40. Pago de un turista por el servicio de transporte.....	107
Figura 41. Pago de un turista por el servicio de actividades recreativas ...	108
Figura 42. Medios donde realiza publicidad de los servicios que oferta	109
Figura 43. Calidad de los servicios	110

Figura 44. Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí	111
Figura 45. Capacitaciones en temas relacionados a hotelería y turismo ...	112
Figura 46. Género de turistas de la parroquia Sangolquí	114
Figura 47. Edad de turistas de la parroquia Sangolquí	115
Figura 48. Instrucción educativa	116
Figura 49. Visitas a Sangolquí	117
Figura 50. Frecuencia de visitas al mes a la parroquia Sangolquí.....	118
Figura 51. Temporada del año que le gusta visitar Sangolquí	119
Figura 52. Motivación para visitar Sangolquí	120
Figura 53. Tipos de turismo	121
Figura 54. Formas de realizar turismo	122
Figura 55. Lugares turísticos de Sangolquí	123
Figura 56. Número de días que un turista permanece en la parroquia de Sangolquí.....	124
Figura 57. Tipo de alojamiento que utilizó la última vez.....	125
Figura 58. Pago de alojamiento por persona diariamente	126
Figura 59. Número de comidas consume el turista en su visita	127
Figura 60. Pago de alimentación por persona diariamente.....	128
Figura 61. Tipo de transporte que usa el turista para ir Sangolquí	129
Figura 62. Pago diario de un turista por el servicio de transporte.....	130
Figura 63. Pago diario de un turista por actividades recreativas.....	131
Figura 64. Publicidad de Sangolquí	132
Figura 65. Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí	133
Figura 66. Perfil del cliente	134
Figura 67. Estrategias de marketing	135
Figura 68. Atractivo N° 1	137
Figura 69. Atractivo N° 2	138
Figura 70. Atractivo N° 3	139
Figura 71. Atractivo N° 4	140
Figura 72. Atractivo N° 5	141
Figura 73. Atractivo N° 6	142
Figura 74. Atractivo N° 7	143
Figura 75. Atractivo N° 8	144
Figura 76. Atractivo N° 9	145

Figura 77. Atractivo N° 10	146
Figura 78. Atractivo N° 11	147
Figura 79. Atractivo N° 12	148
Figura 80. Atractivo N° 13	149
Figura 81. Atractivo N° 14	150
Figura 82. Atractivo N° 15	151
Figura 83. Itinerario Día No 1- Tour “Sangolquí en su esplendor”	152
Figura 84. Itinerario Día No 2- Tour “Sangolquí en su esplendor”	152
Figura 85. Boletín electrónico N° 1	155
Figura 86. Itinerario Día No 1- Tour “Sangolquí natural”	156
Figura 87. Itinerario Día No 2- Tour “Sangolquí natural”	156
Figura 88. Boletín electrónico N° 2	159
Figura 89. Página web turística de la parroquia Sangolquí.....	160
Figura 90. Diseño del anverso y reverso del díptico	161
Figura 91. Diseño del contenido de la parte interior del díptico	162
Figura 92. Postal N° 1 - lado anverso	163
Figura 93. Postal N° 1 - lado reverso	163
Figura 94. Postal N° 2- lado anverso	164
Figura 95. Postal N° 2- lado reverso	164
Figura 96. Postal N° 3- lado anverso	165
Figura 97. Postal N° 3- lado reverso	165
Figura 98. Postal N° 4 - lado anverso	166
Figura 99. Postal N° 4 - lado reverso	166
Figura 100. Postal N° 5 – lado anverso.....	167
Figura 101. Postal N° 5 – lado reverso	167
Figura 102. Postal N° 6 – lado anverso.....	168
Figura 103. Postal N° 6 – lado reverso	168
Figura 104. Postal N° 7 – lado anverso.....	169
Figura 105. Postal N° 7 – lado reverso	169
Figura 106. Postal N° 8 – lado anverso.....	170
Figura 107. Postal N° 8 – lado reverso	170
Figura 108. Postal N° 9 – lado anverso.....	171
Figura 109. Postal N° 9 – lado reverso	171
Figura 110. Postal N° 10 – lado anverso.....	172

Figura 111. Postal N° 10 – lado reverso	172
Figura 112. Valla publicitaria.....	173
Figura 113. Roll up N° 1	174
Figura 114. Roll up N° 2.....	175
Figura 115. Roll up N° 3.....	175
Figura 116. Roll up N° 4.....	176
Figura 117. Manejo del agua	177
Figura 118. Manejo de energía eléctrica.....	178
Figura 119. Manejo de residuos.....	179
Figura 120. Las cuatro R	180
Figura 121. Abono de lombriz	181
Figura 122. Conservación de energía eléctrica	182
Figura 123. Talleres de capacitación	183
Figura 124. Taller de capacitación N°1	185
Figura 125. Taller de capacitación N°2	187
Figura 126. Taller de capacitación N°3	189

RESUMEN

El presente proyecto muestra un Plan de Desarrollo Turístico para la parroquia Sangolquí Cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha, localizado en la región Sierra del país, que a través de estrategias y lineamientos busca impulsar el sector turístico del lugar con la participación de todos los actores relacionados con la actividad turística. La propuesta del plan de desarrollo consta cinco capítulos, comprende una fundamentación teórica, un diagnóstico situacional, el estudio de mercado, la propuesta del proyecto con sus respectivas conclusiones y recomendaciones que serán de gran importancia para la elaboración del mismo. En los últimos años este tipo de proyectos son elaborados y aplicados en cada uno de los cantones parroquias y demás lugares que gestionan esta herramienta; estos proyectos tienen como finalidad encontrar las dificultades que presenta el sitio de estudio, además de proporcionar las estrategias para mejorar los problemas o conflictos que presente en el ámbito estudiado, por supuesto con la estrecha cooperación de los involucrados con el proyecto. El Capítulo I es la fundamentación teórica, en el cual se encuentra el marco teórico que abarca los antecedentes acerca del lugar donde se va a tratar el proyecto, asimismo se define el problema con su respectiva justificación; por otro lado el proyecto es sustentado con investigaciones cuantitativas y cualitativas para proveer veracidad al tema. El Capítulo II es el diagnóstico situacional del proyecto, se realiza un análisis externo e interno que comprende plasmar la realidad tanto del elemento de estudio como las situaciones que le favorece o le pueden afectar. El Capítulo III es el estudio de mercado el cual determinan las características de la oferta y la demanda, es decir que servicios ofertar y el perfil del turista. El Capítulo IV es la propuesta que comprende de: la actualización del inventario de atractivos turísticos, un portafolio de servicios, publicidad como: dípticos, postales, valla publicitaria, roll up, cuña radial, página web turística, folletos de buenas prácticas ambientales; por otra parte talleres de capacitación a los prestadores de servicios en temas de atención al cliente, manipulación de alimentos y técnicas de restaurante temas que son primordiales para brindar un

excelente servicio a los visitantes, con el detalle del presupuesto total para la elaboración de la propuesta del proyecto. Se finaliza con el capítulo V que contiene las conclusiones y recomendaciones sobre el tema planteado.

PALABRAS CLAVES:

- **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO**
- **PORTAFOLIO DE SERVICIOS**
- **BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES**
- **TÉCNICAS DE RESTAURANTE**
- **MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS**

ABSTRACT

This project shows a Tourism Development Plan for the parish Canton Sangolquí, Rumiñahui Pichincha Province, located in the Sierra region of the country, through strategies and guidelines seeks to boost the tourism industry of the place with the participation of all actors involved tourism. The proposed development plan consists of five chapters, comprising a theoretical foundation, a situational analysis, market research, project proposal with their respective conclusions and recommendations that will be of great importance to the preparation. In recent years these projects are developed and implemented in each of the parishes and other places cantons managing this tool; these projects are intended to find the difficulties of the study site, and provide strategies to improve the problems or conflicts that present in the area studied, of course with the close cooperation of those involved with the project. Chapter I is the theoretical foundation, which is the theoretical framework that covers the background on where to be treated the project also defined the problem with their respective justification; on the other hand the project is supported with quantitative and qualitative research to provide truth to it. Chapter II is the situational analysis of the project, an external and internal analyzes reflect reality comprising both the element of study as favors or situations that might affect it takes place. Chapter III is the market studies which determine the characteristics of supply and demand, offering services and tourist profile. Chapter IV is the proposed comprising: updating the inventory of tourist attractions, a portfolio of services, advertising as: leaflets, postcards, billboard, roll up, radio spot, tourist site, brochures on good environmental practices; besides training workshops for service providers in the areas of customer service and food handling techniques restaurant issues are central to providing excellent service to visitors, with details of the total budget for the preparation of the proposal Project. It ends with Chapter V contains the conclusions and recommendations on the question asked.

KEYWORDS:

- TOURISM DEVELOPMENT PLAN
- PORTFOLIO OF SERVICES
- GOOD ENVIRONMENTAL PRACTICES
- TECHNICAL RESTAURANT
- FOOD HANDLING

1. CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. INTRODUCCIÓN

Según (Orellana, 2014), , el Ecuador está posicionado como destino turístico internacional por su patrimonio natural y cultural; que se puede encontrar en todas sus 24 provincias mega diversas, donde el turismo es impulsando por los municipios de cada ciudad, asimismo es fundamental mencionar que muchos de ellos son apoyados por una Dirección de Turismo o de un departamento específico; encargado de planificar y ejecutar varios proyectos relacionados con la actividad para el progreso social y económico de dicho territorio.

Bajo este marco la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui ha mostrado un enorme interés por el desarrollo de la actividad turística, aquello que se ha venido dando de forma aislada sin producir resultados magnos al sector; por ello existe la necesidad de elaborar el plan de desarrollo turístico en la parroquia de Sangolquí, de manera que se pueda establecer y proyectar esta actividad con una visión a futuro, que optimice el aprovechamiento de los recursos y las oportunidades, gestione la relación entre el sector público, privado y comunitario y se pueda mitigar los impactos negativos que se presenten en la aplicación del mismo.

Cabe recalcar que al momento la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui se encuentra ejecutando diferentes proyectos para el desarrollo del turismo en dicha zona.

De igual forma al inicio del documento, se establece el alcance de la investigación señalando información, teorías, fundamentos, datos para sustentar el marco teórico-científico del presente tema de investigación.

A continuación se desarrolla el diagnóstico de la situación turística de la Parroquia de Sangolquí, en él se puede encontrar un detallado estudio acerca del análisis externo e interno y un análisis FODA del turismo en el sector, su elaboración aporta el objetivo de agrupar información acerca de la realidad turística de Sangolquí en la actualidad.

Más adelante el Estudio de Mercado, se plantea una exposición de la oferta que comprende en la descripción del producto y/o servicio, determinar la situación de la oferta actual acompañado de un análisis de la competencia a nivel local y/o regional y culminando con la proyección de la oferta; asimismo se realiza un estudio de la demanda donde se define el perfil del cliente; estos estudios se sustentan mediante los resultados de las encuestas aplicadas a los diversos universos, donde se crea rutas o paquetes turísticos dependiendo sus gustos y preferencias, con una política de precios y sus correspondientes canales de distribución.

Para finalizar se detalla la propuesta del Plan de Desarrollo Turístico en la Parroquia de Sangolquí, el cual contiene los planteamientos, objetivos, estrategias, acciones, programas y proyectos existentes con respecto al turismo. Al mismo tiempo se incluye también el desarrollo del Producto Turístico Sangolquí, sobre la base de sus características naturales y culturales, el cual, se crea con el objetivo de satisfacer las necesidades de los turistas e igualmente se pretende crear actividades alternativas que generen ingresos económicos a la comunidad.

1.2. ANTECEDENTES

(Dirección de Turismo , 2010); menciona lo siguiente:

Sangolquí es la capital del cantón Rumiñahui, se encuentra situado al suroriente de Quito sobre el Valle de Los Chillos, forma parte de la Hoya de Guayllabamba cuenta con una altitud promedio de 2.500 msnm., en el presente está fuertemente ligado a Quito por su actividad económica, social y comercial; puesto que miles de trabajadores que llegan a Quito por vía terrestre.

Su historia inicia a través del nacimiento del poblado central de Urín Chillo durante la conquista española y toma el nombre de San Juan Bautista de Sangolquí, nombre español dedicado a Juan el Bautista y al cacique Sangolquí.

La parroquia tiene una superficie total de 55 Km², con una temperatura muy agradable a lo largo de todo el año. La media oscila entre los 10 y 29 °C; siendo los meses más calurosos Julio y Agosto. En el entorno se destacan 18 cascadas a lo largo del río Pita, entre las que resaltan La Chorrera, Vilatuña, Cóndor Machay, Rumibosque y Padre Urco.

En la parte cultural posee las casas de hacienda, llenas de historia y leyendas, que aún conservan la riqueza arquitectónica colonial. Entre todas se destaca la hacienda Chillo Compañía, considerada como el 'Santuario Cívico de la Patria'. Este sitio es emblemático ya que se realizaron las reuniones de los próceres de la Independencia, quienes protagonizaron el Primer Grito de la Independencia, el 10 de agosto de 1809. En el entorno se destacan también sus monumentos de grandes maestros, como Guayasamín o Endara Crow y parques botánicos que embellecen la ciudad.

Dentro de su comida tradicional se destaca el hornado, pero otras delicias de la cultura gastronómica local, como el caldo y seco de gallina, el mote con chicharrón, la fritada, el cuy asado, ville, morocho, la chicha de maíz y el menudo, entre otros.

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La parroquia de Sangolquí, a pesar de poseer atractivos naturales y culturales carece de un plan de desarrollo, donde se presente una propuesta basada en estrategias, para obtener un desarrollo en la comunidad a través de diferentes medios; para aplicar la política del buen vivir que se encuentra en vigencia en el Ecuador.

Igualmente por el desconocimiento del alcance de la investigación, las bondades o beneficios que se pueda obtener a través de esta herramienta técnicamente desarrollada en favor de la parroquia.

Por otro lado, posee información mínima de los factores internos y externos que influyen sobre desarrollo turístico de la localidad dificultando la aplicación de estrategias para viabilizar este proceso.

A la par, existe una limitada información del perfil del cliente, como son los gustos y motivaciones para realizar turismo, estas limitaciones no permiten enfatizar y persuadir al turista que visita el sector, puesto que no existe un estudio sobre sus necesidades para poder superar sus expectativas, así también no se ha identificado cuáles son los oferentes que cumple con los estándares exigidos por el turista potencial.

De esta manera, la parroquia no cuenta con la actualización de la jerarquización del inventario turístico, así también minúsculas rutas establecidas para elevar la afluencia de turistas, del mismo modo existe una demarcada publicidad y promoción de sus atractivos turísticos, dentro del mercado nacional e internacional, para poder obtener clientes frecuentes y potenciales ; así como también capacitación sobre temas relacionados al turismo, a la población en general y los prestadores de servicios, por lo que

eso es necesario que estén altamente capacitados en varios aspectos puntuales que conciernen a la actividad.

1.4. JUSTIFICACIÓN

(Dirección de Turismo , 2010); señala lo siguiente:

Sangolquí, cabecera cantonal de Rumiñahui, ciudad mega diversa por su riqueza de costumbres y tradiciones. Sus atractivos naturales ríos, paisajes y cascadas, son lugares ideales para la pesca deportiva y caminatas ecológicas.

Las calles históricas, junto con monumentos y casas de hacienda se armoniza con la amabilidad de su gente, hacen de esta región uno de los destinos turísticos de mayor relevancia a nivel nacional. (Dirección de Turismo , 2010)

Por dicha serie de bondades y potencialidades mencionadas se ve la necesidad de plantear un Plan de Desarrollo Turístico para contribuir con el cantón, el mismo que beneficiará a los prestadores de servicios, a la comunidad local y a toda la población en general.

Resulta de importancia conocer el alcance del tema de investigación, el compromiso, las actividades a cumplir, y la información relativa a los temas planteados en la propuesta, para de ese modo, obtener los beneficios esperados a futuro para la población.

Igualmente, es trascendental analizar el entorno externo e interno de la parroquia Sangolquí, para tener una visión global de la situación actual, este estudio es clave para la elaboración de estrategias y estándares de mejoramiento en la actividad turística que se acerquen a la realidad de la

comunidad y de ese modo tener mejores resultados al aplicar los lineamientos mencionados.

Adicionalmente, se presenta necesario identificar la respectiva oferta calificada que cumpla con las exigencias de la demanda; conocer el perfil del turista para aplicar tácticas óptimas para ofrecer servicios, experiencias y satisfacción al visitante.

Por último, resulta de interés aplicar esta propuesta de desarrollo que cumpla con las expectativas de los participantes, ya que por medio de la aplicación de todos estos elementos, se busca cumplir con las necesidades del turista y por consiguiente promover el desarrollo de la parroquia.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

-Elaborar un plan de desarrollo turístico con la finalidad de fomentar el turismo, a través de estrategias y lineamientos, que permitan mejorar el nivel de vida de la población de la parroquia de Sangolquí, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha.

1.5.2. Objetivos Específicos

-Recopilar información con datos, conceptos y teorías, con el objeto de fundamentar el alcance del tema de investigación.

-Diagnosticar la situación actual por medio del análisis interno y externo del lugar de estudio; con el fin de conocer la realidad de la zona.

-Analizar la oferta y demanda con el propósito de determinar el movimiento turístico para establecer las estrategias correspondientes.

-Diseñar un plan de desarrollo a través de estrategias y lineamientos más idóneos que permitan el desarrollo turístico de la zona de estudio; con la finalidad de mejorar las condiciones del turismo de la parroquia.

1.6. METODOLOGÍA

Los métodos a ejecutarse dentro del presente trabajo se detallan continuación:

(Bernal, 2006); indica lo siguiente:

Método deductivo: Este método es de razonamiento y consiste en tomar afirmaciones de aplicación universal para emplearlos a hechos particulares.

Método inductivo: Es un método que parte de hechos particulares para llegar a tener conclusiones cuya aplicación es de carácter general.

Método analítico: Consiste en descomponer un objeto de estudio, dividiendo cada una de sus partes para estudiarlas de manera individual.

Método sintético: Es un método que tiene como finalidad agrupar todos los elementos dispersos de un objeto de estudio, para luego estudiarlos en su conjunto.

Por otro lado, según el autor Ruiz José por medio de su libro titulado Metodología de la Investigación Cualitativa (2012) se define las siguientes técnicas de investigación:

La observación: Es una herramienta de investigación que permite recolectar y almacenar información sin cambiarla o manipularla; las grandes ventajas de la observación es que certifica un alto nivel de veracidad

especialmente al momento de ser combinada con otros métodos, de igual manera tiene la facultad para que los datos sucedan con total espontaneidad permaneciendo como datos naturales más no provocados por la investigación. Por otro lado una de sus desventajas primordiales es que muchos fenómenos no son observables directamente, para lo cual se requiere una técnica más profunda para poder obtener información veraz del objeto de estudio.

La entrevista: Es una técnica de investigación que sirve para adquirir información a través de una conversación profesional, con una o varias personas para un estudio analítico de investigación, con la finalidad de obtener información profunda verídica y certera.

ETAPAS	METODOS	TÉCNICAS	RESULTADOS
Fundamentación Teórica	Investigación Exploratoria Inductivo-Deductivo	Revisión bibliográfica Revisión páginas Internet Observación: “Proceso de contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social sin manipularla y modificarla, tal cual ella discurre por sí misma.” (Ruiz, 2012)	Fundamentar el Capítulo I a través de datos, teorías e información que sustente el tema de estudio
Diagnóstico	Analítico-Sintético	Encuesta: “Técnica para obtener información mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación.” (Ruiz, 2012) Se utiliza para determinar los falencias, oportunidades y tendencias del mercado Observación: Esta técnica es constante para analizar e identificar los aspectos positivos o negativos del cantón. Entrevista: Son	Obtener el diagnóstico de la situación actual de la parroquia Sangolquí a través del análisis del entorno.

CONTINUA



		frecuentes con personas del Municipio, de la Dirección de Turismo, pobladores, prestadores de servicios.	
Propuesta	Lógico Analítico-Sintético	Entrevista: A técnicos, especialistas, expertos para diseñar una propuesta atractiva.	Diseñar la propuesta de desarrollo turístico

Figura 1. Metodología de la investigación

Fuente: Shulte, Silke. Guía conceptual y metodológica

Elaborado por: Estefanía Altamirano (2014)

1.7. IDEA A DEFENDER

A través del Plan de desarrollo turístico en la parroquia de Sangolquí, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha; se aprovecharán de mejor manera los recursos naturales y culturales, buscando incrementar la afluencia de los turistas, y por consiguiente ayudar en el mejoramiento del nivel de vida de la población en general, por medio del desarrollo de un ente importante en la economía como es la actividad turística.

1.8. MARCO TEÓRICO

1.8.1. Perspectivas teóricas existentes

El presente trabajo investigativo se guía a través del Plan Nacional de Desarrollo y Realidad Empresarial del Ecuador, donde la principal línea de investigación para el Departamento de Ciencias Administrativas y Económicas se genera en la “Economía aplicada y Administración”

“La economía aplicada se desenvuelve en el plano de las políticas públicas, las finanzas y la marcha concreta de los negocios.” (Universidad

Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Departamento de Economía, 2014).

Por otro lado se ha tomado en consideración la sub-línea conocida como Economía Popular, Social y Solidaria; que es el conjunto de formas y prácticas económicas individuales y colectivas, auto-gestionadas, como mecanismo de inserción socio laboral y provisión de bienes públicos y privados para las comunidades locales impulsadas por el Estado.

Según Bertalanffy (2008), la organización es un exponente de los sistemas abiertos en donde el impacto social es el resultado de la interacción interna y externa. Un sistema abierto necesita garantizar la absorción de sus productos por el ambiente. Para garantizar su viabilidad, debe ofrecer al ambiente productos por el necesitado o crearle necesidad de tales productos. El sistema necesita, de constante y depurada información del ambiente. Para el sistema es indispensable una retroalimentación constante, depurada y rápida.

El Plan de Desarrollo Turístico presenta un diagnóstico en el cual se determina las necesidades y falencias que se deben satisfacer en el sector de estudio, de igual forma se realiza el respectivo seguimiento, para obtener resultados eficientes; de este modo se desea lograr un resultado social positivo, como sinónimo de emplear la política del Buen vivir que se desea llegar en el Ecuador por medio de los diferentes proyectos; del constate desarrollo para los diversos lugares de la región, en este caso a través de la actividad turística; la cual demanda varios puestos de trabajo y promueve bienestar a sus habitantes, con la diligencia de los sectores públicos y privados, para ofertar un servicio de calidad a los turistas.

1.8.2. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación

1.8.2.1. Diagnóstico situacional.

1.8.2.1.1. *Macroambiente.*

Está compuesto por fuerzas que por un lado moldean las oportunidades y fortalezas mientras que por otro presentan las amenazas y debilidades para el cumplimiento de las metas; existen cinco fuerzas del entorno que se detallan a continuación: demográficas, económicas, tecnológicas, políticas y culturales.

a) Ambiente Demográfico: Son aquellos elementos característicos de las poblaciones humanas con relación a: densidad, género, raza, ocupación, y otras estadísticas que establecen el comportamiento de las personas, que conforman los mercados que operan las empresas.

b) Ambiente Económico: Son componentes que afectan directamente el poder adquisitivo del consumidor, y su modelo de consumo.

c) Ambiente Tecnológico: En la actualidad es conocido como la fuerza más importante dentro de la competitividad ya que tiene la capacidad de crear nuevos mercados y oportunidades para las empresas.

d) Ambiente Político: Se puede considerar como el conjunto de grupos que tienen mandato y que influyen en una sociedad establecida donde las limitan.

e) Ambiente Cultural: Son aquellos patrones de comportamiento, donde se definen los gustos y preferencias, los cuales son características contundentes de la demanda. (Chavarría, 2001)

1.8.2.1.2. Microambiente

(Chavarría, 2001); indica lo siguiente:

Se encuentra influenciado por fuerzas que afectan la habilidad de servir al cliente, la misma empresa, los proveedores, y los competidores.

a) La empresa: Es la parte fundamental ya que todas sus funciones deben estar dirigidas hacia la satisfacción del consumidor.

b) Proveedores: Son aquellos que proporcionan los recursos para producir los bienes y servicios por ello son vitales para la empresa.

c) Clientes: Son la razón de ser de la existencia de los mercados por lo que es necesario analizar las características de cada uno de ellos, ya que cada uno tiene sus peculiaridades.

d) Competidores: Es importante que la empresa siempre debe diferenciarse con la competencia aplicando la técnica del valor agregado a sus productos o servicios.

1.8.2.1.3. Análisis interno- Capacidades estratégicas

-Recursos tangibles

Son fáciles de identificar entre estos tenemos:

- Financieros: Corresponde a caja y activo disponible es la capacidad de endeudamiento de la empresa
- Físicos: Es todo lo referente a instalaciones, maquinaria, equipos.

- Tecnológicos: Son todos los procesos de producción, patentes, marcas registradas, entre otros.
- Organizacionales: Son aquellos procesos de planificación estratégica y sistemas de evaluación y control. (Martínez & Milla, 2012)

-Recursos intangibles

Estos recursos encuentran enraizados en la rutina y en la práctica y son los siguientes: el recurso humano con sus respectivas habilidades y experiencia; la innovación y creatividad que son capacidades técnicas y científicas; y la reputación las cuales son calidad y confianza de los clientes y de los proveedores. (Martínez & Milla, 2012)

1.8.2.1.4. Análisis FODA.

Es una herramienta útil para identificar y proporcionar los recursos y capacidades de determinada empresa hacia el entorno competitivo. Las siglas significan: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Para elaborar estrategias con el FODA, se efectúa la siguiente matriz con estos factores:

- **En las estrategias F - O:** Se busca oportunidades acordes a las fortalezas de la organización, las cuales se determinan como estrategias ofensivas.

- **En las estrategias D - O:** Son estrategias que modifican las debilidades y se aprovechan las oportunidades son también conocidas como estrategias adaptativas.

- **En las estrategias F - A:** En este caso se estudia las formas de utilizar las fortalezas y minimizar las amenazas, estas son estrategias defensivas.

- **En las estrategias D - A:** Dentro de estas estrategias se realiza un plan para evadir las debilidades y amenazas externas, son aquellas estrategias de supervivencia. (Wheelen & Hunger, 2007)

1.8.2.1.5. Estudio de mercado

(Martínez M. L., 2006); menciona lo siguiente:

Es un instrumento que sirve para tener referencias, historiales y condiciones necesarias de un proyecto, para los posteriores análisis técnicos, financieros y económicos del mismo.

El verdadero propósito de un estudio de mercado es comprobar a través de bases fundamentadas la existencia una demanda latente que justifique la puesta en marcha de un determinado producto o servicio, igualmente se debe determinar las diversas formas de cómo llegar a satisfacer las necesidades de los demandantes.

-Análisis de la demanda.

Este análisis ofrece como resultado la demostración y el hecho de cuantificar a la demanda ya sea en ubicaciones geográficas específicas o como individuos o entidades definidas como consumidores o usuarios actuales o potenciales del bien o servicio que se desea ofertar.

El estudio de la demanda se debe empezar por establecer y justificar los supuestos, que se usarán para llegar a las conclusiones relativas de la demanda futura.

-Análisis de la oferta.

Este tipo de análisis posee varias complicaciones entre ellas tenemos el hecho de establecer la oferta y una estimación futura de la misma, otra es obtener información sobre temas muy puntuales como los volúmenes de producción actuales y proyectados, la capacidad instalada y utilizada para dicha producción, así también los planes de ampliación, entre otras cosas; todos estos aspectos son complicados de obtener ya que las empresas no proporcionan datos sobre el desarrollo de sus actividades.

Es importante recalcar que para puntualizar las técnicas que se va a utilizar, se debe estudiar las particularidades de la oferta; con la finalidad de determinar un conjunto de reglas empíricas que serían útiles para el propósito.

-Análisis de los precios.

El presente análisis tiene como fin determinar de qué forma se establecen los precios y el impacto que puede ocasionar la alteración de los mismos en la oferta y la demanda del producto o servicio.

En el tema de bienes, las modalidades de fijación de productos son los siguientes:

- a) Precio existente en el mercado interno
- b) Precio estimado en función del costo de producción
- c) Precio estimado en función de la demanda
- d) Precios del mercado internacional
- e) Precios regionales, diferenciando entre países que participan de un acuerdo regional y el resto del mundo.

Todos estos ítems cumplen con varios parámetros que pueden manejarse en el estudio de mercado.

-Análisis de canales de distribución.

El estudio de mercado debe completarse con un análisis de cómo se encuentra conectado o relacionado la unidad productora con la consumidora, así como las tendencias o cambios futuros que se pueden efectuar. Este estudio es indispensable para plantear las diversas formas de distribución del producto o servicio creado.

Las posibles limitantes que se deberán analizar son el almacenamiento, transporte, acondicionamiento y presentación del producto/servicio, sistemas de créditos al consumidor o usuario, asistencia técnica, publicidad y propaganda; y todo lo relacionado con el movimiento del producto/servicio entre el productor y consumidor.

1.8.2.1.6. Plan de desarrollo turístico

Un plan de desarrollo turístico es una herramienta de gestión que permite alcanzar un conocimiento profundo de las tendencias del mercado y del requerimiento del visitante, minimizar los riesgos y contrariedades que presenta esta actividad y maximizar los beneficios y posibilidades para todos los entes inmersos a partir de un diagnóstico para luego aplicar líneas de desarrollo para el área aplicativa. (Bigne & et, 2000)

La doctrina principal es mejorar la calidad de vida de la población atender y fortalecer las necesidades insatisfechas y falencias de un sector. Es importante enfatizar que estos instrumentos suelen estar relacionados con las políticas del Estado siempre con el objeto de establecer una vida digna hacia sus ciudadanos.

Un plan de desarrollo es de carácter sostenible porque contiene una visión estratégica, puesto que pretende brindar soluciones que se mantengan en el tiempo, con el fin de mejorar los ejes matrices de la actividad.

En definitiva un plan de desarrollo turístico es un documento en el cual se definen las estrategias, políticas y lineamientos en relación con las tendencias mercados, productos y servicios que el destino turístico oferta, igualmente se fijan objetivos y metas con el propósito de promover y comercializar la oferta turística en beneficio de todos sus involucrados.

1.8.2.1.7. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial

Según el (Municipio de Rumiñahui, 2012); quien elaboro el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2025 del cantón Rumiñahui, menciona:

Que este ordenamiento es un proceso amplio y correctamente definido para llegar a cumplir los objetivos de cada zona.

El proceso consiste en los siguientes pasos:

- Diagnóstico estratégico cantonal, el cual trata de las potencialidades y problemas del lugar.

- Diagnóstico por sistemas vinculados al desarrollo integral, que comprende el estudio de los sistemas ambiental-riesgos, económico, socio-cultural, político- institucional.

- Diagnóstico por sistemas vinculados al ordenamiento territorial, hace referencia al sistema de asentamientos humanos y el sistema de movilidad, energía y conectividad.

-Propuesta del plan de desarrollo y ordenamiento territorial; posee visión, objetivos, políticas y estrategias aplicables.

- Planificación de los sistemas desarrollo, consiste en la planificación con cada uno de los sistemas a través de objetivos, políticas, proyectos, programas cronogramas y presupuestos estimados.

-Modelo de gestión, muestra la planificación, estructura orgánica, proyectos y programas con cronogramas, presupuestos y responsables pertinentes.

Este proceso puede ser aplicado en el presente trabajo de manera puntual puesto que si se tiene que realizar un diagnóstico situacional del sector, observando varios aspectos como son económico, político, social y ambiental.

Asimismo se debe efectuar una propuesta la cual mantenga programas, presupuestos estimados cronogramas y responsables, hay que tomar en cuenta que para plantear la propuesta se debe tener objetivos, políticas y estrategias para llegar a obtener el desarrollo del sector.

1.8.2.1.8. Inventario de atractivos.

(Ministerio de Turismo, 2011); señala:

El análisis se basa en el inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, para lo cual es importante diferenciar entre recursos y atractivos turísticos, la definición es la siguiente:

- **Recurso turístico**, son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

- **Atractivo turístico**, son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos.

Otra definición la establece la metodología de Inventarios Turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador y es la siguiente:

- **Atractivos turísticos**, son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

- Descripción general de la jerarquización

Ecuador tiene inventariado 1.635 atractivos turísticos, de los cuales 712 son sitios naturales y 923 son manifestaciones culturales. Para cada uno de los atractivos tiene una jerarquía con el siguiente significado:

- **Jerarquía IV:** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
- **Jerarquía III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **Jerarquía II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones

turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

- **Jerarquía I:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

1.8.2.1.9. Creación de paquetes turísticos

(Universidad Nacional de Loja, 2011); indica lo siguiente:

1.8.2.1.9.1. Producto turístico

Está conformado de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. El turista o visitante compra una combinación de actividades más conocido como paquete turístico el cual incluye variedad de atractivos.

Asimismo, es el conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento del mercado.

1.8.2.1.9.2. Componentes.

Atractivos: Son considerados la materia prima en la cual el núcleo se organiza. Son la motivación del turista para que escoja ese destino y no otro.

Facilidades: Son el complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

Accesos: Indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

Herencia cultural de un pueblo: Es una característica muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, entre otros

1.8.2.1.9.3. *Diseño del producto.*

Existen algunas recomendaciones básicas que le ayudarán a estructurar la oferta de servicios:

Sencillez: Es primordial poseer los servicios que sean importantes para el segmento de mercado, esto por una parte facilita la elección a los clientes y por otra, hace más eficiente la gestión de la empresa.

Contactos y relaciones de confianza: Con todos los agentes que intervienen en el mercado turístico, clientes, proveedores, instituciones públicas, intermediarios o distribuidores.

Hay que establecer alianzas estratégicas con ellos, incluso con la competencia, buscando un producto más competitivo, disminución de costos en promoción, acceso a información, etc.

Creatividad: Es importante para diferenciar el producto de los demás, y de ese modo mantenerse vigente en el mercado.

**1.8.2.1.9.4. *Elaboración de paquetes
turísticos***

Se realiza los siguientes pasos:

1. Graficar la ruta
2. Nombre del Tour
3. Inventario de Recursos
4. Inventario de Planta Turística
5. Realización del circuito y contratos
6. Redacción del programa
7. Elaboración de costos
8. Condiciones Generales

1.8.2.1.10. *Técnicas promocionales ATL y BTL*

(Chong, 2007); indica lo siguiente:

Las técnicas promocionales debajo de la línea (llamadas BTL por sus siglas en inglés), actualmente son más demandadas y con una latente tendencia de inversión crecientes. La publicidad BTL se proyecta para definir los gustos, preferencias, motivaciones de compra, características de las marcas y servicios que utiliza el consumidor.

Por otro lado este tipo de publicidad puede ser una comunicación masiva o segmentada con mensajes efectivos, concretos y dirigidos para satisfacer las necesidades del cliente objetivo.

A nivel mundial la publicidad BTL complementa las campañas tradicionales ATL (las arriba de la línea en inglés), dando como resultado una combinación perfecta, que se puede apreciar en el siguiente cuadro:

ATL	Televisión	Ratings
	Radio	Interacciones con marcas
	Revistas	Frecuencia
	Prensa	Apoyo a la marca
BTL	Comunicación digital (e-mails)	Costo por impacto
	Correo electrónico	Matrices reales
	Marketing Promocional	Apoyo al punto de venta

Figura 2. Técnicas promocionales ATL y BTL

Fuente: José Luis Chong “Promoción de Ventas: Herramienta Básica del Marketing Integral” (2007)

Elaborado por: José Luis Chong “Promoción de Ventas: Herramienta Básica del Marketing Integral” (2007)

ATL es sinónimo de marketing masivo y de grandes campañas de publicidad, mientras que BTL, está basado en información muy medible y enfocada en los patrones de compra del consumidor.

1.8.2.1.11. Seguridad e higiene en la manipulación de alimentos

(García, García, & Gil, 2009); mencionan:

Seguridad e higiene son dos términos que van de la mano para garantizar la salubridad de las personas. Higiene en la Restauración se define como el conjunto de medidas y normas necesarias con el propósito de asegurar la salubridad e integridad de los alimentos y bebidas que se manipulan, y que su destino final es el consumo. Este proceso se debe tomar en cuenta desde la gestación del producto (siembra), la recepción, la distribución interna, preparación, punto de cocción y servicio.

-Contaminación por microorganismos.

Los microorganismos se desarrollan y se multiplican en los alimentos en condiciones favorables de temperatura, humedad y tiempo, estos pueden ser bacterias, hongos, levaduras y mohos.

	CAUSAS	EFFECTOS
Carnes	-Acción enzimática -Desarrollo bacteriano	-Cambios en el olor, aparición de zonas viscosas y putrefacción. -Formación de sustancias tóxicas
Frutas	-Acción de enzimas -Desarrollo de mohos	-Reblandecimiento, oscurecimiento, podredumbre.
Frutos secos	-Oxidación de grasa -Desarrollo de mohos por exceso de humedad	-Enraizamiento, deterioro del sabor y olor -Formación de sustancias tóxicas
Huevos	-Ataque bacteriano en el interior del huevo a través de la cáscara -Contaminación cuando el huevo tiene fisuras	-Descomposición y putrefacción. -Aparición de sustancias tóxicas
-Leche y lácteos	-Acción bacteriana con alteración de proteínas y azúcares	-Fermentación del producto, malos olores, sabor agrio
Grasas	-Oxidación	-Enraizamiento, mal sabor.
Pan	-Humedecimiento de la corteza	-Aparición de mohos
Pescados y mariscos	-Acción enzimática	-Olor amoniacal, descomposición, putrefacción, formación de sustancias tóxicas
Verduras	-Desarrollo mohos y bacterias -Sequedad	-Pérdida de textura, cambio de color, descomposición, putrefacción.
Zumo de frutas	-Fermentación por acción de levaduras	-Aparición de gas y alcohol.

Figura 3. Causas y efectos de la contaminación

Fuente: García, Francisco; García, Pablo; Gil, Mario (2009)

Elaborado por: García, Francisco; García, Pablo; Gil, Mario (2009)

-Contaminación por el polvo y la tierra

La tierra posee gérmenes, por lo tanto las partículas que tengan contacto con los alimentos, contaminan a estos.

-Contaminación por agua

Si esta se encuentra contaminada (cólera, fiebre tifoidea, disentería), esta contaminación puede ser con los alimentos y con los utensilios que tengan contacto con ella. Es recomendable usar agua potable.

-Contaminación cruzada

La contaminación puede ser directa o indirecta de las bacterias con los alimentos.

Tipos de contaminación frecuentes:

- Las superficies de trabajo, tablas de cortar hay que lavar bien antes de usar no mezclar alimentos crudos y cocidos
- Utensilios de cocina mal lavados
- Conservación de alimentos crudos y cocidos en el mismo frigorífico sin la correcta protección.

1.8.2.1.12. Técnicas de restaurante

(Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008); alude lo siguiente:

Habilidades de un mesero

- Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas
- Comunicación clara y articulada
- Trabajo en equipo
- Interpretación de lenguaje corporal

	AMERICANO	RUSO	FRANCÉS
Reglas y Lugar	<ul style="list-style-type: none"> -Servir por la izquierda -Retiro por la derecha -Los alimentos de la cocina salen de la cocina y en platos. Se utiliza en cafeterías 	<ul style="list-style-type: none"> -Se cucharea por la izquierda -Retiro por la derecha -Se utiliza en servicio de banquetes para un solo menú 	<ul style="list-style-type: none"> -Servir por la derecha -Retiro por la izquierda -Los alimentos se terminan de preparar frente al cliente
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> -Es un servicio rápido para grupos pequeños -Se utiliza poco personal -No se requiere gran variedad de equipos de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> -Servicio rápido para gran número de personas -Buena presentación en el montaje de mesas 	<ul style="list-style-type: none"> -Servicio muy personalizado y de lujo -Muy buena presentación del montaje de las mesas -Promueve las ventas
Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> -El montaje de mesas no tiene gran presentación 	<ul style="list-style-type: none"> -Es complicado encontrar personal altamente capacitado -Gran inversión en equipo colocado en la mesa, no tiene rotación -En eventos es muy posible la pérdida de equipos 	<ul style="list-style-type: none"> -Servicio muy lento -Se requiere contar con gran variedad de equipos -No se encuentra fácilmente personal capacitado -Se requiere de mayor cantidad de meseros, ya que se tiene que cocinar

Figura 4. Tipo de servicio

Fuente: Lara, Jorge "Dirección de Alimentos y Bebidas En Hoteles" (2005)

Elaborado por: Lara, Jorge "Dirección de Alimentos y Bebidas En Hoteles" (2005)

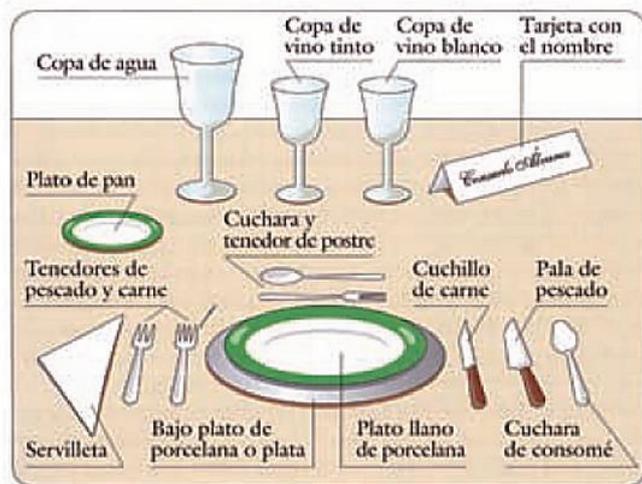


Figura 5. Montaje de mesas

Fuente: Cabero, Cristina "Gestión de Protocolo" (2008)

Elaborado por: Cabero, Cristina "Gestión de Protocolo" (2008)

(Cabera, 2008); menciona:

El montaje de la mesa se distribuye de la siguiente manera:

Mantelería: Muletón, mantel y cubremantel.

Vajilla, cristalería y cubertería: plato base, plato trincharo, cuchara, pala de pescado, el cuchillo con el filo hacia adentro, del lado derecho, en cambio del lado izquierdo se ubica los tenedores y en la parte superior tenedor y cuchara de postre y más a la izquierda el plato del pan.

En cuestión copas de izquierda a derecha a izquierda copa de vino blanco, vino tinto, de agua.

1.8.2.1.13. Buenas prácticas ambientales

(Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza, 2014); indica lo siguiente:

Las buenas prácticas ambientales que son medidas útiles y sencillas que se pueden adoptar, para reducir el impacto ambiental negativo. De igual manera son acciones que implican cambios, fundamentalmente en el

comportamiento y los hábitos de las personas, para reducir riesgos ambientales, promover el ahorro de recursos, y una gestión sostenible de las actividades, para que esto tenga éxito debe existir el compromiso de toda la población.

(Morant, 2008); menciona:

En nuestro hogar

- Disminuir el consumo de agua.
- Reducir el consumo de energía eléctrica.
- Aplicar las cuatro R con los residuos.

En nuestros centros de trabajo o estudios

- Reducir el consumo de papel.
- Usar el papel reciclado.
- Evitar objetos de un solo uso (desechables).
- Emplear lámparas de bajo consumo.
- Automatizar los lavabos y temporizadores en zonas de uso múltiples.

En la ciudad

- Cuidar y manejar correctamente las zonas verdes.
- Utilizar transporte público y la bicicleta para evitar tráfico y por consiguiente la contaminación de aire y ruido.
- Contribuir con el paisaje urbano respetando los espacios públicos, al igual que el patrimonio cultural

(Riesco, 2011); indica lo siguiente:

En la hotelería

- Compras y aprovisionamiento

- Realizar el abastecimiento en forma racional, adquirir la cantidad necesaria en lotes adecuados.
- Seleccionar en lo posible productos con envases fabricados en materiales biodegradables.
- Adquirir productos, materiales y suministros con certificación ambiental.
- Promover la utilización de papel reciclado sobres, tarjetas y demás materiales reusables.

- Elaboración y servicio de alimentos y bebidas

- Promover técnicas de reutilización y aprovechamiento de los géneros.
- Calcular bien las cantidades y evitar que sobre o se echen a perder los alimentos.
- Seguir estrictamente los requisitos para la conservación de los comestibles.

- Limpieza, lavandería y lencería

Productos peligrosos de limpieza

- Evitar aerosoles que contengan elementos perjudiciales para la capa de ozono.
- Elegir productos de limpieza no agresivos.
- Informarse ya aprender a identificar los símbolos de peligrosidad y toxicidad de los productos.

Lencería

- La lencería vieja debe ser reutilizada en paños de limpieza

- Se debe minimizar el uso de las servilletas de papel o rollos de papel

Lavandería

- Se debe dar el mantenimiento respetivo a las máquinas y si es necesario procurar renovarlas; evitar el cambio excesivo de toallas, bayetas y litos.

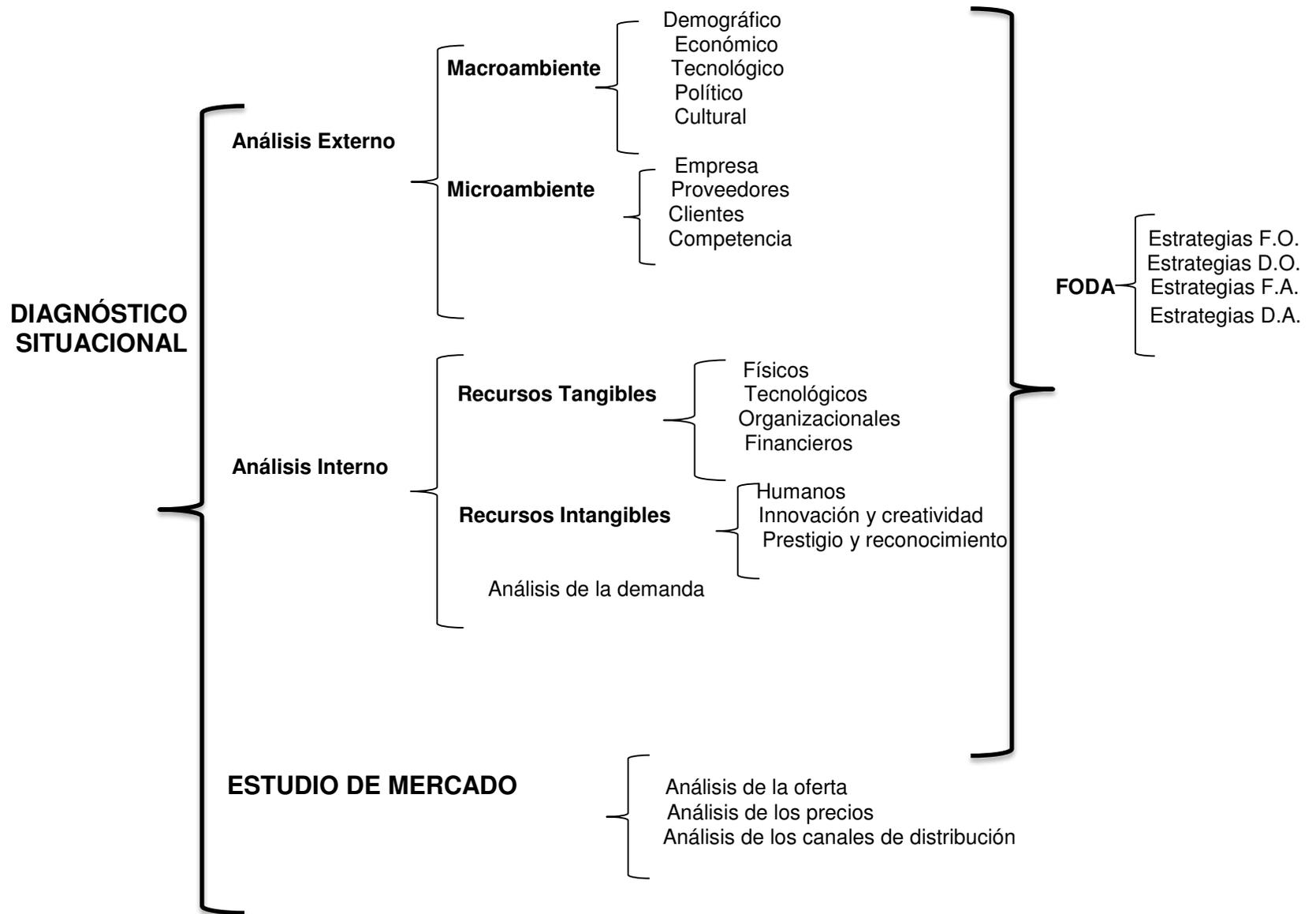
Recepción y administración

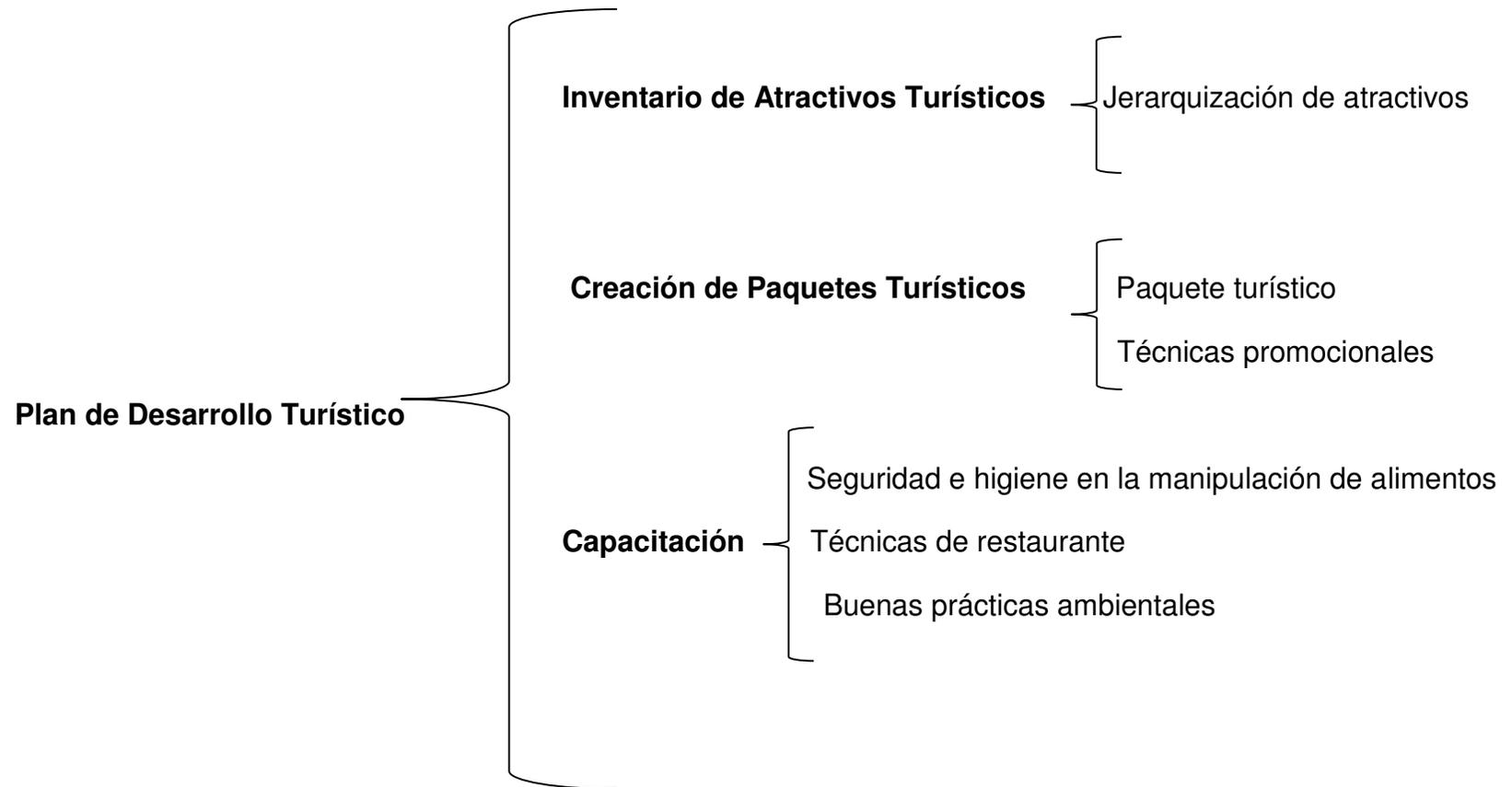
- La recepción de mercancías se realizará en horarios determinados para evitar deterioros y malas prácticas.
- En caso de los vegetales no serán aceptados si presentan parásitos o anomalías en el proceso de la selección.
- El vehículo debe constar con la temperatura y condiciones de higiene necesarias para los alimentos.

Mantenimiento

- Sustituir los sistemas de alumbrado tradicional por elementos de bajo consumo.
- Es necesario una revisión periódica de la calefacción o climatización, igualmente revisar las cámaras de gas y equipos de aire.
- Un aislamiento adecuado del local evita pérdidas de temperatura y el consiguiente aumento del consumo.

1.8.3. Componentes teóricos





Antecedentes investigativos que sustenten el trabajo de investigación

La Dirección de Turismo cuenta con el catastro actualizado de los establecimientos turísticos y hoteleros de la Parroquia, además cuenta con un Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Rumiñahui, donde se maneja un diagnóstico sectorial; es así que se presenta un análisis FODA, sus ventajas comparativas y competitivas, este conjunto acompañado de estrategias. Programas y proyectos para fomentar el desarrollo turístico integral, competitivo e innovador con servicios de calidad con un enfoque ambiental, cultural, social y económico.

1.9. MARCO CONCEPTUAL

Como referentes básicos de soporte para realizar el presente “Plan de Desarrollo Turístico”, se tomará en consideración varias teorías que contribuyen directamente con el tema.

- **Actividad turística**

(Universidad Nacional de la Patagonía, 2001); manifiesta:

Es un conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo; estos pueden ser objetivos viaje o la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.

- **Área turística**

“Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros.” (Ríos, 2010)

- **Balanza turística**

“Confrontación del ingreso de divisas producto de la entrada de visitantes extranjeros de un Estado, con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.” (Ríos, 2010)

- **Control ambiental**

“Proceso técnico de carácter fiscalizador, realizado por la autoridad ambiental de aplicación o por terceros contratado para el efecto. Implica la supervisión y el control del cumplimiento del plan de manejo ambiental.” (Ríos, 2010)

- **Demanda turística**

“Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos” (Ríos, 2010)

- **Desarrollo turístico**

Se define como “la adecuada optimización de los recursos disponibles para definir un plan de trabajo que sepa unificar y coordinar el medio, sanidad, legislación, urbanismo, ingeniería y otras disciplinas para definir el modelo de desarrollo turístico que se desea seguir.” (Organización Mundial del Turismo, 1994)

- **Descentralización**

(Ministerio de Inclusión Social, 2008); alude lo siguiente:

La descentralización del Estado consiste en la transferencia definitiva de funciones, atribuciones, responsabilidades y recursos, especialmente financieros, materiales y tecnológicos de origen nacional y extranjero, de que son titulares las entidades de la Función Ejecutiva hacia los Gobiernos Seccionales Autónomos a efectos de distribuir los recursos y los servicios de acuerdo con las necesidades de las respectivas circunscripciones territoriales.

- **Diagnóstico situacional**

“El diagnóstico, es el proceso mediante el cual se logra un conocimiento objetivo de la realidad institucional que servirá de base para fijar las acciones para mejorar cualquier tipo de trabajo o proyecto.” (Melgar, 2003)

- **Estudio de mercado**

“En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de la mercadotecnia o estrategia comercial dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción y publicidad.” (Orjuela & Sandoval, 2002)

- **Gasto turístico**

“Gasto total del consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante para su viaje o durante él y durante la estancia en su lugar de destino.” (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Industria turística**

“Conjunto de empresas de diferente índole que participan en la organización y facilitación de desplazamientos y estancia de los turistas de un lugar.” (Ríos, 2010)

- **Inventario de atractivos**

(Boullón, 1997); indica lo siguiente:

Proceso mediante el cual se registra ordenadamente los aspectos físicos, biológicos y culturales de los atractivos turísticos que efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país, proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, para su tecnificación, evaluación y manejo con el fin de diversificar la oferta turística del país.

- **Matriz F.O.D.A.**

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, entre otros, consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto de oportunidades y amenazas a partir de sus fortalezas y debilidades internas. (FODA, 2011)

- **Marketing turístico**

“Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes y servicios turísticos del producto al consumidor.” (Ríos, 2010)

- **Mercado turístico**

“Lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas, empresas) y vendedores (empresas).” (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Oferta turística**

“El conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.” (Organización Mundial del Turismo, 1998)

- **Paquete turístico**

“Conjuntos de servicios que incluyen el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, entre otros. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.” (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Patrimonio turístico**

“Relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).” (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Producto turístico**

“Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.” (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Planta turística**

“Se llama a un subsistema encargado de elaborar los servicios que se venden a los turistas, integrado por dos elementos: equipamiento e instalaciones, llamados también facilidades.” (Saavedra, 2004)

- **Promoción turística**

“Dentro del contexto de la comunicación integrada, por promoción turística se entiende al conjunto de las acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, región o una determinada comarca turística.” (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Recurso Turístico**

“Todo elemento natural, actividad humana o producto de esta, capaz de motivar el desplazamiento turístico.” (Ríos, 2010)

- **Ruta turística**

Se debe realizar el mapa del itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, de paradas, distancias, comunicaciones, inclusión de valores históricos, paisajísticos, folklóricos. (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Plan de desarrollo turístico**

Se entiende como un escrito donde se detalla metas, estrategias, políticas y actividades para impulsar la actividad turística. Un plan de desarrollo turístico puede ser aprovechado en gobiernos provinciales

- **Sustentable**

“El turismo desarrollado en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar beneficios perdurables, tanto para las generaciones presentes, como para las futuras. La sustentabilidad aplicada en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.” (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Superestructura turística**

Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico (Universidad Nacional de la Patagonía, 2001)

- **Temporada**

“La Real Academia de la Lengua expresa que es el tiempo durante el cual se realiza habitualmente algo; temporada de ópera, de ferias.”
(Valencia, 2012)

- **Temporada Alta**

“Época del año con más actividad turística que la normal o media.”
(Valencia, 2012)

- **Temporada Baja**

“Época del año con menos actividad turística que la normal o media.”
(Valencia, 2012)

- **Temporada Media**

“Época del año con un nivel de actividad turística normal o medio.”
(Valencia, 2012)

- **Turismo sostenible**

(Organización Mundial del Turismo, 1996) , indica lo siguiente:

El turismo sostenible es aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino y a la vez protege y garantiza la actividad futura.

2. CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1. ANÁLISIS EXTERNO

2.1.1. Macroambiente

2.1.1.1. Entorno político

2.1.1.1.1. Renta per cápita

Cuadro 1

Renta per cápita

VARIABLES	2010	2011	2012	2013
PIB (per cápita, dólares corrientes)	4.633	5.226	5.638	5.943
PIB (per cápita, dólares 2007)	3.762	3.988	4.124	4.240
Población miles de habitantes	15.012	15.266	5.521	15.775

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)

Elaborado por : Departamento de Estadísticas (2013)

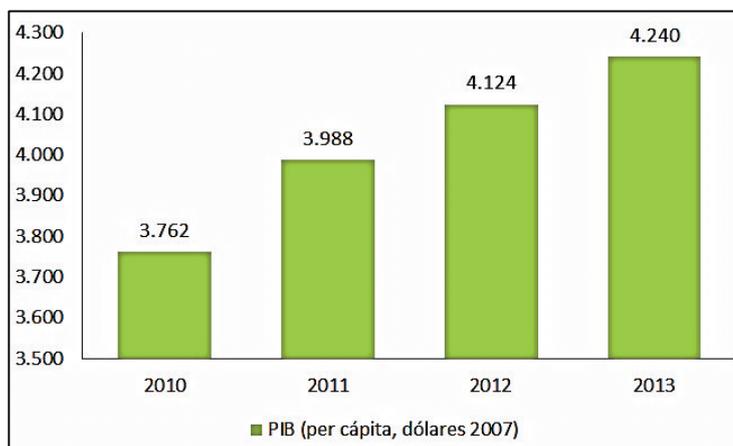


Figura 6. PIB (per cápita, dólares 2007)

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)

Elaborado por : Estefanía Altamirano (2013)

(Banco Central del Ecuador, 2013); indica:

La Renta per cápita es el producto interno bruto dividido para la población de una nación, este indicador usualmente se utiliza para estimar la riqueza económica de un país, varias evidencias muestran que la renta per cápita está correlacionado con la calidad de vida de los habitantes, especialmente si estos recursos son repartidos equitativamente.

La renta per cápita del Ecuador en el 2013 fue de USD 4.240,00 en comparación con el año 2012 que fue de USD 4.124,00. Esto muestra que dicha renta no es óptima para cubrir todas las necesidades básicas de una familia ecuatoriana, mucho menos cubrir la satisfacción de ser parte de lugares y actividades de esparcimiento, distracción y disfrutar de ellos; puesto que el presente trabajo hace referencia al turismo; no existen los suficientes recursos para su eficiente aplicación.

2.1.1.1.2. Tasa de desempleo

(Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2014); señala:

La población en edad de trabajar corresponde al 82.2%, donde tenemos la población económicamente activa que es el 54%, aquí los ocupados es un porcentaje de 94.4% y la población económicamente inactiva es el 46% donde se encuentran los desempleados que la tasa es el 5.6%, mientras que a marzo del 2013 fue de 4.6%, lo que muestra que aumentó un 1% el desempleo, a nivel nacional; aspecto que repercute significativamente a la economía del país, así también a la actividad turística ya que no va existir una demanda eficiente en términos económicos.

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN		2009	2010	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2013	2013	2013	2013	2014
		Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.												
Población en Edad de Trabajar (PET)		82.9%	83.0%	83.6%	83.5%	84.0%	84.5%	84.6%	83.5%	83.7%	83.9%	83.9%	84.3%	84.9%	84.7%	84.7%	83.2%	82.4%	82.2%
Población Económicamente Activa (PEA)		57.1%	59.1%	56.6%	57.2%	54.6%	55.5%	54.6%	55.2%	55.4%	57.2%	56.6%	55.1%	54.7%	54.9%	55.6%	55.2%	53.5%	54.0%
Ocupados		92.1%	90.9%	92.3%	92.6%	93.9%	93.0%	93.6%	94.5%	94.9%	95.1%	94.8%	95.4%	95.0%	95.4%	95.1%	95.4%	95.1%	94.4%
Ocupados No clasificados		2.8%	2.0%	1.6%	1.0%	1.2%	1.8%	1.3%	0.9%	0.8%	1.3%	2.0%	2.0%	3.1%	1.9%	1.9%	2.2%	0.3%	0.4%
Ocupados Plenos		38.8%	37.6%	40.3%	41.9%	45.6%	41.2%	45.6%	47.9%	49.9%	49.9%	49.9%	51.1%	52.1%	48.4%	46.7%	50.4%	51.5%	49.7%
Subocupados		50.5%	51.3%	50.4%	49.6%	47.1%	50.0%	46.7%	45.7%	44.2%	43.9%	43.0%	42.3%	39.8%	45.0%	46.4%	42.9%	43.3%	44.4%
Visibles		10.3%	12.1%	10.6%	10.2%	9.5%	10.5%	8.5%	8.6%	7.6%	8.8%	7.3%	8.0%	6.1%	8.3%	9.4%	7.1%	8.1%	8.5%
Otras formas		40.2%	39.3%	39.8%	39.4%	37.7%	39.5%	38.3%	37.1%	36.7%	35.1%	35.7%	34.3%	33.8%	36.7%	37.0%	35.8%	35.3%	35.9%
Desocupados/Desempleados		7.9%	9.1%	7.7%	7.4%	6.1%	7.0%	6.4%	5.5%	5.1%	4.9%	5.2%	4.6%	5.0%	4.6%	4.9%	4.6%	4.9%	5.6%
Cesantes		5.5%	6.7%	4.9%	5.8%	4.2%	5.2%	4.4%	4.7%	3.3%	4.0%	3.8%	3.5%	3.1%	3.5%	3.4%	3.7%	3.0%	4.1%
Trabajadores Nuevos		2.5%	2.4%	2.8%	1.7%	1.9%	1.8%	1.9%	0.8%	1.8%	0.9%	1.4%	1.1%	1.9%	1.2%	1.5%	0.8%	1.8%	1.5%
Desempleo Abierto		6.0%	7.4%	5.9%	6.1%	4.5%	5.7%	5.1%	4.8%	3.9%	4.2%	4.3%	4.1%	4.0%	4.2%	4.1%	4.0%	3.7%	4.7%
Desempleo Oculto		1.9%	1.7%	1.8%	1.3%	1.6%	1.3%	1.2%	0.7%	1.2%	0.6%	0.8%	0.5%	1.0%	0.5%	0.8%	0.6%	1.2%	0.9%
Población Económicamente Inactiva (PEI)		42.9%	40.9%	43.4%	42.8%	45.4%	44.5%	45.4%	44.8%	44.6%	42.8%	43.4%	44.9%	45.3%	45.1%	44.4%	44.8%	46.5%	46.0%

Figura 7. Clasificación de la población

Fuente: Estadística Nacional de Empleo, Subempleo y Desempleo (2014)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas (2014)

Nota: El cálculo de la PET y Menores de 10 años se lo hace con respecto a la Población Total; la Población Económicamente Activa y Población Económicamente Inactiva, con respecto a la Población en Edad de Trabajar, mientras que el cálculo de los demás indicadores con respecto a la Población Económicamente-Activa.

2.1.1.1.3. Tasa de inflación

Inflación Mensual del IPC y por Divisiones de Consumo

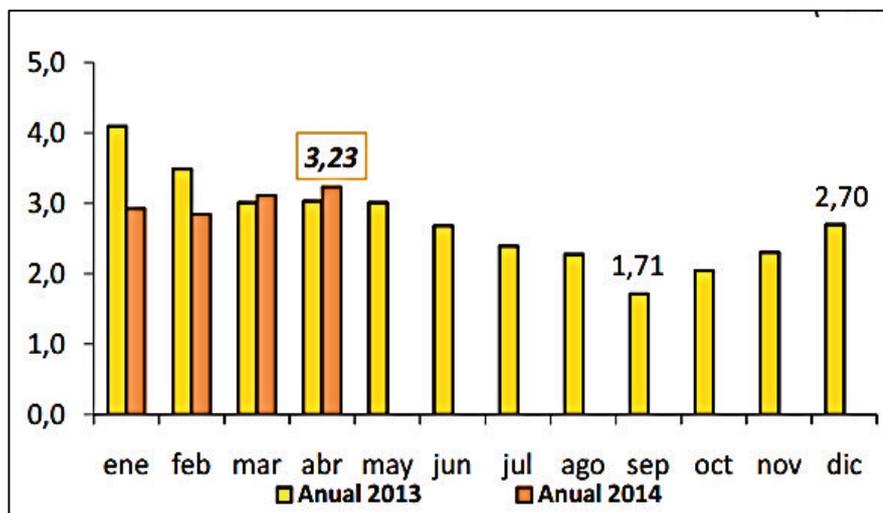


Figura 8. Inflación mensual (Porcentajes, 2013-2014)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas del INEC (2014)

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014) , la inflación anual de abril de 2014 se ubicó en 3.23%, porcentaje superior al mes de abril del año 2013 (3.03%), lo que muestra que la inflación subió en mínimo porcentaje, pero que a pesar de ello es algo negativo para la actividad turística ya que la población tiene menos poder adquisitivo para realizar turismo, puesto que regularmente todos los productos y servicios suben los precios y por consiguiente el visitante se limita a visitar lugares con valores módicos o se restringe a viajar.

2.1.1.1.4. Análisis del PIB

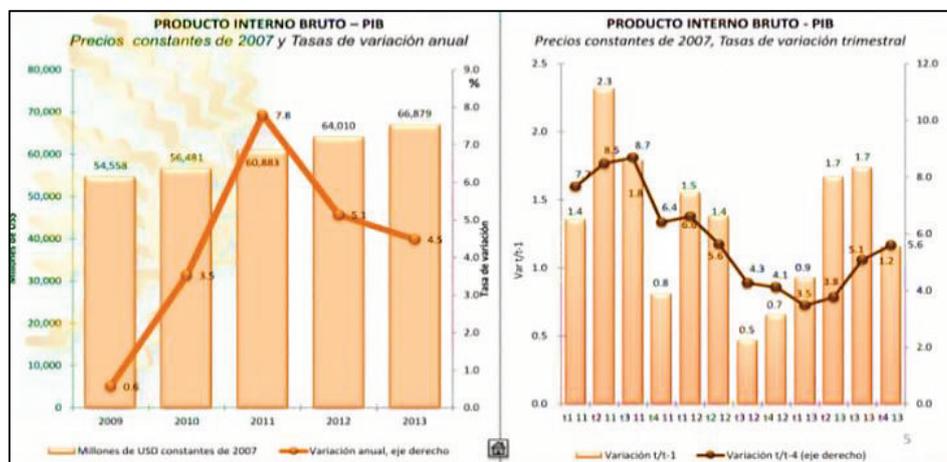


Figura 9. Producto interno bruto- PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)

Elaborado por : Departamento de Estadísticas (2013)

Crecimiento del PIB

El Banco Central del Ecuador (2013) menciona que el Ecuador mantuvo la tendencia de crecimiento económico, cerrando el año 2013 con un resultado positivo de 4.5%, situando al PIB (a precios constantes) en USD 66,879 millones, a pesar que en el 2012 el año se culminó con 5.1% de crecimiento en el país con 60.883 millones es decir superior al 2013. En el cuarto trimestre de 2013 se incrementó en 1.2%, en relación con el trimestre anterior (t/t-1) y presentó una variación positiva de 5.6% respecto al cuarto trimestre de 2012 (t/t-4).

2.1.1.1.5. Balanza comercial

Periodo	EXPORTACIONES FOB (2)			IMPORTACIONES FOB (7)			BALANZA COMERCIAL		
	Total	Petroleras (6)	No petroleras	Total	Petroleras (3)	No petroleras (4)	Total	Petrolera	No petrolera
	a=b+c	b	c	d=e+f	e	f	g=a-d	h=b-e	i=c-f
Mayo	2.602,99	1.512,99	1.090,00	2.332,06	548,85	1.783,21	270,93	964,13	-693,20

Figura 10. Balanza comercial 2014 (millones de dólares)

Fuente: Banco Central del Ecuador (2014)

Elaborado por : Departamento de Estadística (2014)

Según el Banco Central del Ecuador (2014), en mayo del 2014, las exportaciones petroleras fueron mayores a las importaciones, por lo que se observa en la tabla da un saldo positivo de 964,13 millones de dólares, lo que muestra las exportaciones fueron superiores en un 36,28%, que representa considerables recursos económicos que ingresan a la economía del Ecuador.

Por otro lado las importaciones no petroleras fueron superiores a las exportaciones, dando como resultado un saldo negativo de (-693,20) millones de dólares, esto es positivo, mientras las importaciones que hayan realizado apunten a mejorar la matriz productiva de la nación.

2.1.1.2. Entorno Sociocultural

2.1.1.2.1. Factores demográficos

2.1.1.2.2. Tamaño de la población y distribución

Según proyecciones poblacionales del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas Censos, para el año 2014 las proyecciones realizadas; a nivel de país, existen 16'027.466 de habitantes, asimismo en la provincia de Pichincha 2'891.472 y en los cantones Quito 2.505.344 personas, que corresponde al 86.64% de la población quienes son el universo de posibles turistas del presente proyecto, y en el cantón Rumiñahui son 98.943 de habitantes, quienes son 4,42% de la población de Pichincha.

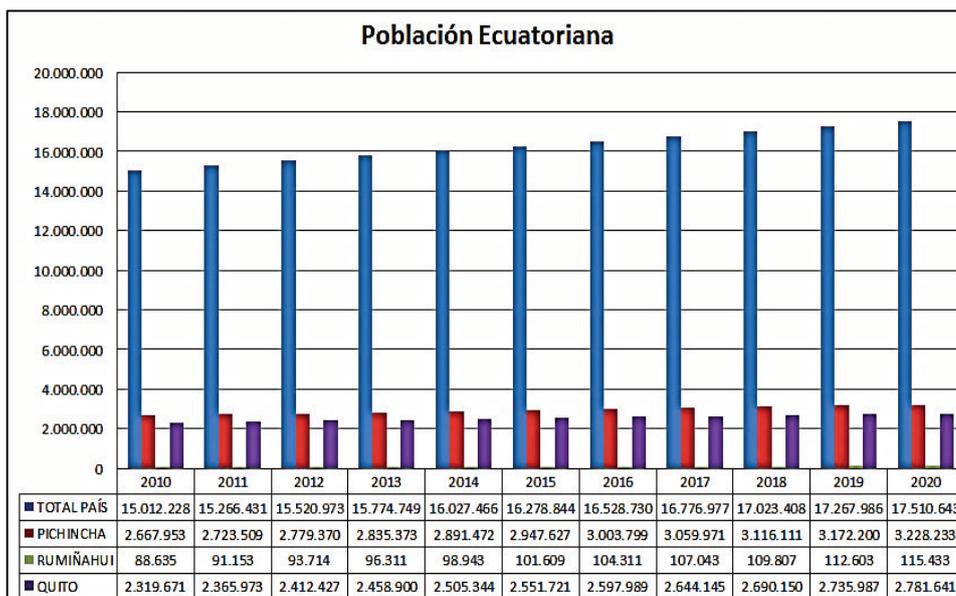


Figura 11. Población ecuatoriana

Fuente: Banco Central del Ecuador (2014)

Elaborado por : Estafanía Altamirano

Cuadro 2

Proyección de la población ecuatoriana, por años calendario, a nivel país, provincia y cantón

PROYECCIÓN	AÑOS CALENDARIO										
	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
TOTAL PAÍS	15.012.228	15.266.431	15.520.973	15.774.749	16.027.466	16.278.844	16.528.730	16.776.977	17.023.408	17.267.986	17.510.643
PICHINCHA	2.667.953	2.723.509	2.779.370	2.835.373	2.891.472	2.947.627	3.003.799	3.059.971	3.116.111	3.172.200	3.228.233
RUMIÑAHUI	88.635	91.153	93.714	96.311	98.943	101.609	104.311	107.043	109.807	112.603	115.433
QUITO	2.319.671	2.365.973	2.412.427	2.458.900	2.505.344	2.551.721	2.597.989	2.644.145	2.690.150	2.735.987	2.781.641

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas del INEC (2014)

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos muestra que al 2014 en el Ecuador hay 16.027.466 de habitantes, igualmente se puede observar que en la provincia de Pichincha hay 2.891.472 personas donde para el presente trabajo se va tomar en cuenta dos cantones fundamentales como es Quito con 2.505.344 habitantes que corresponde al 86,65% de la población de Pichincha; por último, el cantón Rumiñahui cuenta con 98943 personas, lo que corresponde al 3,42% de la provincia antes indicada.

2.1.1.2.3. Distribución por edades

Cuadro 3

Distribución de edad del cantón Quito

EDAD	20 a 24 años	25 a 29 años	30 a 34 años	35 a 39 años	40 a 44 años	45 a 49 años	50 a 54 años	55 a 59 años	60 a 64 años	65 a 69 años	70 a 74 años	75 a 79 años	80 a 84 años	85 a 89 años	90 a 94 años	95 a 99 años	100 años y más	Total
Urb.	56.575	53.789	32.683	13.534	7.509	1.284	4.270	1.454	6.952	6.232	5.263	7.755	2.942	6.827	2.984	865	164	1.607.734
Rur.	8.450	5.875	9.665	4.781	8.203	5.424	7.408		7.171	3.681	.540	.580		2.503	1.104	298	98	631.457
Total	15.025	09.664	82.348	58.315	35.712	26.708	01.678	3.719	4.123	9.913	4.803	4.335	7.622	9.330	4.088	1.163	262	2.239.191

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)-Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014)

Elaborado por: Unidad de Procesamiento-Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos- Galo López (2014)

El Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014) indica que la ciudad de Quito, en el área urbana existen 497.515 habitantes, en el rango de 25 a 44 años, mientras que en la zona rural hay 188.524 personas, lo que muestra que la población del área urbana comprendida en esas edades es de 22.22%, a diferencia del área rural que solo representa un 8,42% del total de la población. El 22.22% del área urbana mencionado anteriormente son considerados parte del grupo de turistas potenciales, quienes pueden estar dispuestos a disfrutar de las diversas actividades que se realizan en la parroquia tales como caminatas ecológicas, visitas a las casas coloniales, el disfrute de las comidas típicas así también, de sus balnearios y cascadas que posee Sangolquí.

Cuadro 4

Distribución de edad del cantón Rumiñahui

Edad	20 a 24 años	25 a 29 años	30 a 34 años	35 a 39 años	40 a 44 años	45 a 49 años	50 a 54 años	55 a 59 años	60 a 64 años	65 a 69 años	70 a 74 años	75 a 79 años	80 a 84 años	85 a 89 años	90 a 94 años	95 a 99 años	100 años y más	Total
Urb.	7.063	6.556	6.008	5.277	4.852	4.617	3.904	3.056	2.232	1.637	1.203	845	697	365	153	42	9	5.080
Rur.	984	929	858	776	623	602	453	319	267	242	208	142	90	58	16	6	1	0.772
Total	8.047	7.485	6.866	6.053	5.475	5.219	4.357	3.375	2.499	1.879	1.411	987	787	423	169	48	10	5.852

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)-Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014)

Elaborado por: Unidad de Procesamiento-Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos- Galo López (2014)

En el cantón Rumiñahui, en el área urbana existen 22.693 habitantes, en el rango de 25 a 44 años, mientras que en la zona rural hay 4.170 personas, lo que muestra que la población del área urbana comprendida en esas edades es de 26,43%, a diferencia del área rural que solo representa un 4,85% del total de la población.

El 26.45% del área urbana, son aquellos habitantes que se pueden destacar en la prestación de servicios dentro de la actividad turística tales como en el hospedaje, transporte, alimentación, diversión y recreación. Asimismo varios de ellos están en la capacidad de realizar turismo interno en cada uno de los atractivos naturales y culturales de la parroquia.

2.1.1.2.4. Niveles de formación

Cuadro 5

Niveles de formación del cantón Quito

	Ninguno	Centro de Alfabetización/	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Bachillerato - Educación Media	Ciclo Post-bachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora	Total
URB	29.085	4.899	13.666	386.159	362.930	87.500	146.998	19.010	353.147	37.652	24.726	1.465.772
RUR	19.399	2.765	5.500	177.515	136.245	48.980	47.031	5.892	105.333	11.549	11.473	571.682
	48.484	7.664	19.166	563.674	499.175	136.480	194.029	24.902	458.480	49.201	36.199	2.037.454
Total												

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)-Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014) Elaborado por: Unidad de Procesamiento-Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos- Galo López (2014)

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014), en la ciudad de Quito el 26,35 % de la población posee formación primaria, mientras que instrucción superior posee el 24,09%, estos datos son tanto del área urbana como rural, mientras que solo 8,23 % culminó sus estudios de bachillerato. En la tabla se puede analizar que la mayor parte de las personas de Quito poseen su formación primaria, seguido de personas que tienen estudios superiores. El porcentaje de educación superior (24,09%) indicado anteriormente, muestra el gran interés de los habitantes por la preparación académica, esto es de suma importancia puesto que es fuente principal para el correcto desarrollo de la matriz productiva del sector, ya que el gobierno está apoyando fuertemente al turismo para que sea un eje primordial en la economía ecuatoriana.

Cuadro 6

Niveles de formación del cantón Rumiñahui

	Ninguno	Centro de Alfabetización/ (EBA)	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Bachillerato - Educación Media	Ciclo Post-bachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora	Total
URBANO	1.217	259	542	16.966	16.335	3.988	6.986	944	18.802	1.868	59	68.766
RURAL	465	36	58	3.192	2.398	1.447	671	68	1.074	80	201	9.690
Total	1.682	295	600	20.158	18.733	5.435	7.657	1.012	19.876	1.948	1.060	78.456

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)-Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014)

Elaborado por: Unidad de Procesamiento-Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos- Galo López (2014)

En la cantón Rumiñahui, el 24.67 % de la población posee formación primaria, mientras que instrucción superior posee el 27.34%, estos datos son tanto del área urbana como rural, mientras que solo 32.94 % culminó sus estudios de bachillerato. En la tabla se puede analizar que la mayor parte de las personas de Quito poseen su formación primaria, seguido de personas que tienen estudios superiores. La población de Rumiñahui posee un considerable porcentaje de instrucción superior (27.34%) esto demuestra que existen varios profesionales que son capaces de apoyar ampliamente en el desarrollo turístico del sector puesto que tienen todas las habilidades y competencias para realizar cambios importantes en la parroquia y convertir a Sangolquí en potencia turística.

2.1.1.2.5. Niveles de ingresos

Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y Rurales ejecutada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, realizada a 39.617 hogares urbanos y rurales en las 24 provincias del país entre abril del 2011 y marzo 2012, dan cuenta de la estructura de los ingresos y gastos de los ecuatorianos. Los resultados muestran que el ingreso total promedio mensual en Ecuador es de 892,90 dólares frente a 809,60 dólares de gasto promedio mensual, donde un saldo muy bajo de 83,30 mensual lo que muestra que es valor que no puede suplir otras necesidades de familia como realizar turismo en las diversos lugares del Ecuador.

Cuadro 7

Ingresos y gastos en las familias ecuatorianas

INGRESO PROMEDIO MENSUAL	USD 892,90
GASTO PROMEDIO MENSUAL	USD 809,60

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas del INEC (2014)

En el área urbana el ingreso promedio es de 1.046,30 dólares y su gasto es de 943,20 dólares, aquí existe una diferencia de USD 103,10 cantidad que no abastecería a una familia para realizar actividades de recreación, se debería ahorrar algunos meses para poder realizarlo.

Cuadro 8

Ingresos y gastos en las familias ecuatorianas en el área urbana y rural

ÁREA URBANA	Ingreso promedio mensual	USD1.046,30
	Gasto Promedio mensual	USD 943,20
ÁREA RURAL	Ingreso promedio mensual	USD 567,10
	Gasto Promedio mensual	USD 526,20

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC (2014)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas del INEC (2014)

Por otro lado, en el área rural el ingreso es de 567,10 dólares en comparación a un gasto de 526,20 dólares, con un saldo de USD 40,90, valor que puede servir como una reserva económica para el hogar.

2.1.1.2.6. Grupos étnicos

(Sanchez, 2010), Indica lo siguiente:

En la Sierra, en los Andes y en el Austro, están los Quichuas de la Sierra con pueblos como los Otavalos, Salasacas, Cañaris y Saraguros. En la parte norte se encuentra la comunidad de los Awa. En la Costa del Pacífico están los Chachis, Cayapas, Tsáchilas y Huancavilcas. En ciudades y pueblos viven principalmente mestizos, blancos y afroecuatorianos, aunque también se dan importantes migraciones del campo a la ciudad, lo cual ha generado problemas como el crecimiento de los suburbios, falta de viviendas, escuelas y colegios, desempleo y delincuencia, entre otros; el idioma oficial del país es el castellano, pero hay lenguas indígenas como el kichwa shimi, awapit, chapalachi, tsafiqui, paicoca, aingae, huaotirio, shuar-chicham y záparo.

La religión predominante es la católica, pero muchos pueblos aún conservan sus creencias centenarias, culto a la tierra, a los nevados o al sol. Las comunidades indígenas del Ecuador están en su mayoría integradas dentro de la cultura establecida a diferentes niveles, pero algunas comunidades todavía practican sus propias costumbres.

Según el Censo realizado por el INEC en el 2010, determinó que en el cantón Rumiñahui más del 80 % de la población es mestiza; es decir, mantiene costumbres actuales, donde festejan por ejemplo las festividades de cantonización, gustan de las corridas de toros de pueblo, mantienen la

festividad del Maíz y del Turismo, entre las principales, su gastronomía primordial es el hornado, la fritada y el cuy asado.

2.1.1.3. Entorno geográfico

2.1.1.3.1. Ubicación geográfica del Ecuador

(Ríos, 2010); señala:

Ecuador se halla ubicado en la mitad del planeta, en cuanto a su latitud. La línea ecuatorial atraviesa al país y fue de esta línea que tomó su nombre.

Posee una superficie de 256.370 km² el territorio continental y el insular 8.010 km² localizado al noroccidente de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y este con Perú ya al occidente con el océano Pacífico.

Por encontrarse en la zona tórrida, debería tener un clima tropical; sin embargo, la influencia de las altas montañas conocidas como los Andes Ecuatoriano, ha determinado, tenga un clima primaveral durante todo el año.

La cordillera de los Andes, divide al país en tres regiones: costa, sierra y oriente. Posee también un conjunto de islas volcánicas, conocidas con el nombre de Archipiélago de Galápagos, con extraordinaria flora y fauna, importantes para la investigación científica; son endémicas y únicas en el mundo.

La cordillera de los Andes ha modificado el clima y según los estudios realizados por Holdridge, disponemos de diferentes pisos altitudinales que dan origen a la diversidad de formaciones ecológicas, climas, tropical, frío y glacial, que van desde cero metros de altitud y llegan a 6310 msnm; de nieves perpetuas, correspondiendo a los pisos: subtropical o premontano, montano bajo, montano, subalpino, alpino y nival.

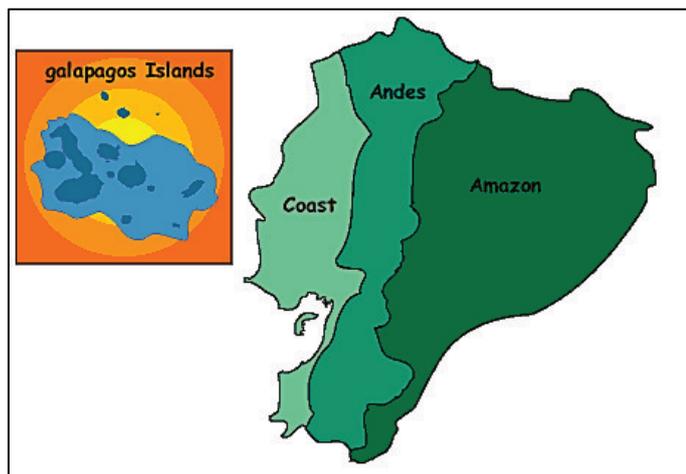


Figura 12. Regiones del Ecuador

Fuente: Ecuador Explorer.com (2013)

Elaborado por: Ecuador Explorer.com (2013)

La región Interandina o Sierra tiene una extensión de 64.760 km², donde existen 10 provincias emblemáticas, por otro lado la región Litoral consta con una superficie de 66.760 km² y posee 7 provincias respectivamente; el área de la región Amazónica es de 116.840 km², equivalente al 45.57 % del territorio nacional, esta tiene 6 provincias mega diversas.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2013); indica:

La Provincia de Pichincha situada en la parte central de la Sierra Ecuatoriana, debe su nombre al gran volcán Pichincha que presenta varias cumbres; entre las que destaca el Guagua Pichincha, famoso por su permanente actividad volcánica; posee ocho cantones entre ellos el cantón Rumiñahui que está ubicado al sureste de la provincia, a 20 minutos de Quito con una extensión de 46km², posee una gran variedad de atractivos naturales y culturales, acompañado de gente emprendedora y una exquisita gastronomía.

2.1.1. 3.2. Hidrografía

(Avilés, 2014); señala lo siguiente:

El Ecuador dispone de 76 cuencas hidrográficas de las cuales 66 se vierten o desaguan en el océano Pacífico y diez en el Río Amazonas que luego van al Atlántico.

El volumen del agua de las primeras es menor, si se compara con el volumen de agua que llevan los sistemas hídricos del oriente.

Las cuencas hidrográficas, cuyos ríos drenan en el Amazonas, cubren una superficie de 133.000 km² y los que llegan al Pacífico 120.000 km².

Por otro lado, la más importante red hídrica del Ecuador corresponde a la cuenca del río Napo que se forma por la unión del Vallevecioso, Chalupas y Antisana. El Jatun-Yacu (Napo), recibe al río Mulatos, posteriormente, se une con el Coca, que recibe las aguas del Aguarico.

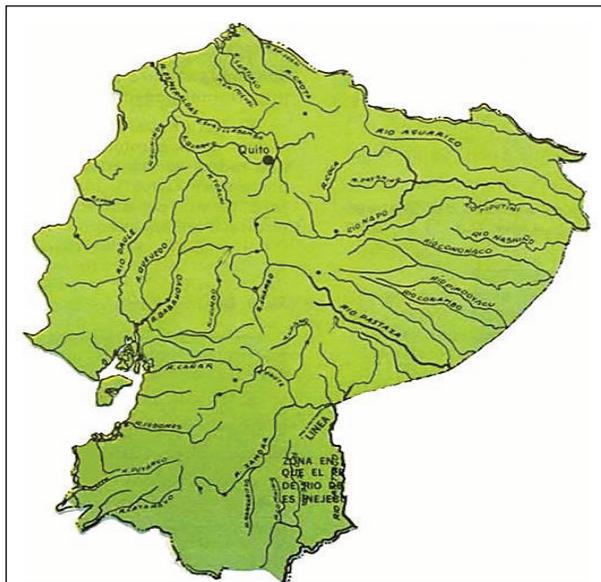


Figura 13. Hidrografía del Ecuador

Fuente: Portal Ecuador (2014)

Elaborado por: Portal Ecuador (2014)

El eje hidrográfico de la provincia de Pichincha lo constituyen sus dos ríos principales: El Guayllabamba, con sus afluentes San Pedro, Pita y Pisque; y el Blanco, con sus afluentes Mindo, Nambilla, Saloya y Yambi.

Existen además otros ríos menores como el Toachi y el Peripa, y un gran número de afluentes menores que enriquecen sus tierras habilitándolas para la agricultura y la ganadería.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2013), menciona:

De igual forma Rumiñahui se encuentra bañado por algunos ríos y quebradas. Entre las importantes por su caudal y por recibir el aporte de afluentes pequeños son: el río San Pedro, río Pita y el río Santa Clara.

2.1.1. 3.3. Orografía

(Avilés, 2014); menciona:

El relieve formado por las desigualdades orográficas, constituye colecciones de ricos y múltiples ambientes, favorables para disfrutar y contemplar el paisaje.

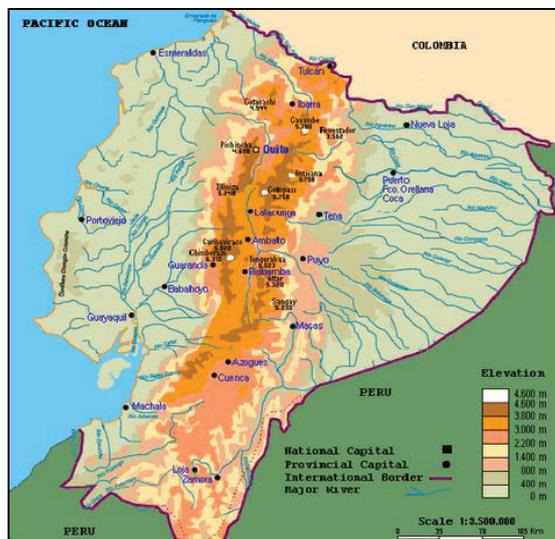


Figura 14. Mapa físico del Ecuador

Fuente: Ecuador Explorer.com (2013)

Elaborado por: Ecuador Explorer.com (2013)

Las principales montañas en los Andes ecuatorianos son: los páramos de El Ángel, cordillera de Pimampiro, montañas de Nanegal,

cordillera de Galeras, páramos de Zumbagua, cordillera de los Llanganates, cerros de Chimbo, cordillera de Condorazo, cordillera de Cutucú, cerros de Molleturo, estribaciones de San Bartolomé, cordillera del Cóndor, entre otros.

Entre las cordilleras occidental, central y oriental, se han formado extensos valles en los que han surgido ciudades y pueblos entrecortados por hoyas y nudos Andinos. En la región Sierra los principales valles son. Chota, Guayllabamba, Yungilla, Puyango, Macará, Catamayo, Ibarra, Chillos, Paute, Loja, de la misma forma Zamora, Pastaza, Napo, Quijos, Aguarico. En esta zona hay un derroche de paisajes, corrientosos ríos, importante lagos, lagunas y nevados de brillante nieve que sobresalen a lo largo y ancho de los Andes Ecuatorianos.

También, hay que señalar las once hoyas en las cordilleras que son las siguientes: Hoya del Carchi, Chota, Guayllabamba, Cutuchi y Patate, Toachi, Chambo, Chanchán, Chimbo, Cañar, Paute, Jubones, Loja o Zamora, Puyango, Catamayo, Macará, Aguarico, Quijos, Napo, Pastaza, Upano, Chichipe, Cenepa.

La Provincia de Pichincha , ocupa enteramente la hoya del Guayllabamba, y en ella se destacan importantes elevaciones como el Cayambe (5.790 m), el Saraurcu (4.676 m), el Cerro Puntas (4.452 m), el Filocorrales (4.396 m), el Sincholagua (4.898 m), el Rumiñahui (4.712 m), el Illiniza (con sus dos picos de 5.623 m y 5.630 m), el Corazón (4.768 m), el Atacazo (4.570 m), el Antisana (5.704 m), y el Pichincha con sus dos picos principales: el Rucu Pichincha y el Guagua Pichincha (4.795 m y 4.698 m).

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, 2013), alude lo siguiente:

Igualmente las elevaciones que rodean a Rumiñahui son:

El cerro Ilaló, la cordillera oriental de los Andes y el majestuoso Antisana, al norte. Al este; la cordillera central en la que destaca el Pichincha, al sur-oeste está el Atacazo, Corazón y Viudita; el Pasochoa, el Cotopaxi y Sincholagua, al sur.

El terreno de ésta jurisdicción es relativamente plano, con ligeras ondulaciones. Está a una altura promedio de 2.500 m sobre el nivel del mar.

2.1.1.3.4. Clima

(Instituto Oceanográfico de la Armada, 2005); indica lo siguiente:

El Ecuador por su posición geográfica se encuentra exclusivamente en la zona ecuatorial-tropical, pero debido a factores como son la influencia del mar, con la presencia de la corriente fría de Humboldt y de la corriente cálida de “El Niño” que combinado con la orientación perpendicular de los Andes a los vientos alisios, dan como resultado una climatología muy variada que contiene una verdadera gama de subclimas, microclimas y topoclimas.

Las cuatro estaciones propias de las regiones templadas, no tienen significación en nuestro país. Llamándose invierno a la estación lluviosa y verano a la estación seca. En un invierno normal las lluvias se presentan en el mes de diciembre y se prolongan hasta el mes de mayo y el verano los seis meses restantes.

-Clima de la Sierra

La altitud de la Sierra varía desde los 500 m.s.n.m. hasta sobrepasar los 5.000 m.s.n.m. encontrándose relacionados con la altura una serie de pisos climáticos que presentan diferentes condiciones meteorológicas.

***Clima subtropical.-** Se ubica entre los 500 y 2.300 m.s.n.m. con una temperatura anual entre 18° C y 24° C, y precipitaciones pluviométricas de 300 a 700 mm.

***Clima templado interandino.-** Es el clima de las zonas ubicadas entre los 2.300 a 3.000 m.s.n.m. La temperatura fluctúa entre los 10,5°C y 15°C, la lluvia sobrepasa los 1.000 mm en las zonas que se encuentran contiguas a las estribaciones de la Cordillera; sin embargo en los valles la región Interandina las temperaturas son irregulares fluctuando entre 12° C y 15° C, encontrándose mínimas absolutas bajo 0° C; la lluvia no llega a 1.000 mm.

* **Clima frío o parametral.**- Corresponde a una altura sobre los 3.000 m.s.n.m. manteniendo una temperatura inferior a 10°C con precipitaciones superiores a 800 mm. La nubosidad es casi permanente.

* **Clima gélido.**- Este clima se encuentra sobre los 4.500 m.s.n.m. en donde la temperatura disminuye bajo 0° C; es característico de las cumbres nevadas.

- **Clima de la Costa**

Las condiciones climáticas de esta región, son del tipo tropical, con temperaturas superiores a 20°C, abundantes precipitaciones pluviométricas en los meses de invierno y vegetación exuberante.

***Clima tropical húmedo.**- Este tipo de clima se caracteriza por tener temperatura media anual superior a los 25° C, humedad relativa superior al 85% y nubosidad considerable.

***Clima tropical de sabana.**- Se distingue por los veranos secos, los meses lluviosos son de enero a mayo, con precipitaciones inferiores a 1000 mm. las máximas temperaturas absolutas fluctúan entre los 32°C. y los 36°C. y las mínimas de 13° C a 18°C.

***Clima tropical seco.**- Este clima se circunscribe especialmente a regiones de la costa donde la Corriente de Humboldt tiene una acción directa sobre la Península de Santa Elena, la parte sur de la Isla Puná y las partes bajas de las Islas Galápagos, estas condiciones secas, son originadas por los vientos fríos sur occidentales que acompañan a la Corriente fría de Humboldt.

-**Clima de la Amazonía:** El clima de la región amazónica se clasifica como clima tropical húmedo en el que predominan fuertes lluvias y calor constante todo el año, en términos generales se considera cálido y húmedo, con valores medios de temperatura entre 23°C. a 26°C., no existiendo estación seca, diferenciándose dos regiones: una cercana a las estribaciones de los Andes, donde la vegetación es abundante, existe gran humedad y altas precipitaciones (5.000 mm. anuales) y otra prácticamente en la planicie amazónica, donde las temperaturas aumentan, pero las lluvias disminuyen a 3.000 mm., anuales.

-Clima de Galápagos: En el archipiélago, la altura de las islas afecta al clima, encontrándose pisos similares a los de la región andina, pero relacionado con variaciones mínimas de altura, así se localizan: desde las playas hasta una altura de 250 m.s.n.m. tiene una temperatura media de 22° C. a 25° C., luego viene la faja comprendida entre 250 a 450 m.s.n.m. con mayor humedad, debido a las garúas y lluvias de invierno, su temperatura media está en los 17°C.

(Visita Ecuador, 2012); indica lo siguiente:

La provincia de Pichincha tiene un clima variable, de acuerdo con la altura; así por ejemplo, existen zonas de tropical húmedo y tropical monzón al occidente de la provincia; el centro y sector oriental están influenciados por climas, mesotérmico húmedo y semihúmedo, mesotérmico seco, de páramo y gélido.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Rumiñahui, 2012); alude:

El cantón Rumiñahui tiene tres tipos de clima: Ecuatorial frío húmedo, Ecuatorial meso térmico húmedo y Páramo. El 75% del cantón se encuentra dentro del clima Ecuatorial meso térmico húmedo, el 15% del cantón se encuentra en Ecuatorial Frio Húmedo y el 10% en Páramo.

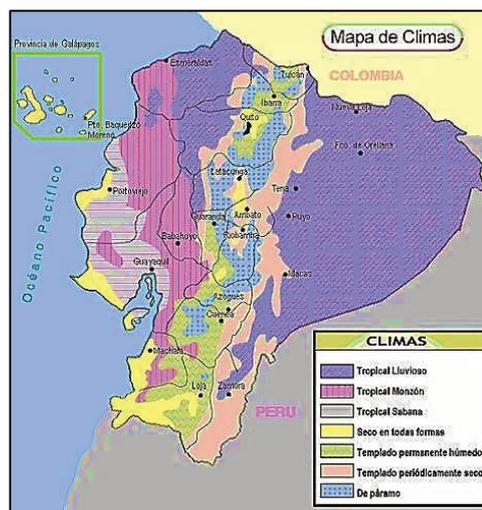


Figura 15. Mapa climatológico del Ecuador

Fuente: Metropolitanang Touring.com (2013)

Elaborado por: Metropolitanang Touring (2013)

2.1.1.3.5. Infraestructura vial

(Gobierno Autónomo Provincial Morona Santiago, 2011); señala:

La Red Vial Estatal administrada por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, está constituida por vías primarias y secundarias. El conjunto de vías primarias son los caminos principales que registran el mayor tráfico vehicular, intercomunican a las capitales de provincia, cabeceras de cantón, los puertos de frontera internacional con o sin aduana y los grandes y medianos centros de actividad económica. La longitud total de la Red Vial Estatal incluyendo vías primarias y secundarias es de 8.672.10 km.

Las vías primarias conectan cruces de frontera, puertos y capitales de la provincia formando una malla estratégica. En el Ecuador existen 12 vías primarias con aproximadamente un 66%, de la longitud total de la Red Vial Estatal. (Gobierno Autónomo Provincial Morona Santiago, 2011)

	Troncal Insular Símbolo Gráfico: Tortuga		Transversal Fronteriza Símbolo Gráfico: Jaguar
	Troncal del Pacífico Símbolo Gráfico: Delfín		Transversal Norte Símbolo Gráfico: Mono
	Troncal de la Costa Símbolo Gráfico: Mariposa		Transversal Central Símbolo Gráfico: Papagayo
	Troncal de la Costa Alternativa Símbolo Gráfico: N/D		Transversal Austral Símbolo Gráfico: Colibrí
	Troncal de la Sierra Símbolo Gráfico: Cóndor		Transversal Sur Símbolo Gráfico: Oso hormiguero
	Troncal Amazónica Símbolo Gráfico: Tucán		
	Troncal Amazónica Alternativa Símbolo Gráfico: N/D		

Figura 16. Vías primarias del país

Fuente: Gobierno Provincial de Morona Santiago (2011)

Elaborado por: Dirección de Turismo de Morona Santiago (2011)

Las vías secundarias recolectan el tráfico de una zona rural o urbana para conducirlo a las vías primarias, en total existen más de 40 vías secundarias en Ecuador con aproximadamente un 33% de la longitud total de la Red Vial Estatal.

Por otra parte, la Red Vial Provincial administrada por los Consejos Provinciales, esta red está integrada por los caminos vecinales y vías terciarias; las vías terciarias comunican las cabeceras de parroquias y las zonas de producción con los caminos de la Red Vial Estatal y los caminos vecinales.

Del mismo modo, la Red Vial Cantonal es el conjunto de las vías urbanas e interparroquiales administradas por cada uno de los Consejos Municipales, la red está integrada por caminos vecinales y vías terciarias.

Vías Principales en el Cantón Rumiñahui de la Zona Urbana

(Gobierno Autónomo Descentralizado Rumiñahui, 2012); manifiesta:

Las vías principales que conectan al cantón Rumiñahui con el Cantón Quito, en el sector urbano son:

- La Av. Ilaló que atraviesa al cantón de forma transversal, uniendo Conocoto con el Tingo.

- La Troncal Distrital que atraviesa al Cantón en todo su ancho (Amaguaña – Pifo).

-Calle Panzaleos, que une la Av. Mariana de Jesús con la Troncal Metropolitana.

-La Autopista General Rumiñahui que une el sector del Trébol y atraviesa el Cantón Rumiñahui de forma longitudinal.

-La avenida Gral. Enríquez, que enlaza el sector del Triángulo, el centro de Sangolquí y vía a La Leticia.

Vías Principales en el Cantón Rumiñahui de la Zona Rural

(Gobierno Autónomo Descentralizado Rumiñahui, 2012); determina:

Las vías fundamentales en la zona rural, que integran al cantón Rumiñahui con el DMQ y el cantón Mejía, son:

- La vía a Loreto, desde la Troncal Distrital (vía a Pifo).
- Vía San Fernando, desde la Troncal Distrital, sector Selva Alegre.
- Vía Amazonas, que une la Troncal Distrital con la autopista General Rumiñahui.
- Vía Conocoto - Amaguaña, que empata con la Troncal Metropolitana en el sector de Santa Mónica, con la Troncal Distrital a la altura de Amaguaña.
- Vía Arupos, que atraviesa Conocoto y une el puente nueve de la autopista Gral. Rumiñahui, con Miranda (sector de los cuarteles).

En las parroquias del cantón Rumiñahui, no existe una red vial fundamental definida, únicamente existe una red vial básica principal, compuesta principalmente por vías arteriales, colectoras, locales y peatonales.

2.1.1.3.6. Servicios básicos

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC), el 94,77% de la población dispone de electricidad mientras que el 5,23% no dispone, lo que significa que gran parte de población tiene acceso a este servicio indispensable para el desarrollo de diferentes actividades en el hogar como en los lugares de trabajos.

Igualmente, se tiene las siguientes estadísticas, en el tema de telefonía fija, el 33,35% cuenta con teléfono en comparación del 66,65 %

que no cuenta, lamentablemente la tercera parte de la población posee esta asistencia lo que es negativo para un desarrollo de la aplicación de la conectividad nacional e internacional.

Por otro lado, el asunto de la obtención de agua es por diferentes medios tales como red pública que usa un 71,98% de la población, agua de pozo el 11,53%, de río- vertiente 9,72%, de carro repartidor el 5,05%, y de otro modo el 1,71%, lo que muestra que solo el 70% de la población obtiene agua por la red pública, esto indica que hay que trabajar en ese 30% restante que posiblemente corresponden a sectores rurales donde las obras del gobierno nacional no llegan.

En general, el tema de energía eléctrica es aceptable, puesto que lo óptimo es llegar al 100% para tener la satisfacción de los ecuatorianos, así también es esencial indicar que hay que trabajar y viabilizar la comunicación, para que la mayor parte de los habitantes obtengan este servicio que es primordial para las actividades del día a día; finalmente el servicio de agua debe optimizarse para que todo el país la obtenga a través de la red pública que sería lo más saludable y mejoraría la calidad de vida de la población.



Figura 17. Energía eléctrica

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)- INEC (2010)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas del INEC (2010)

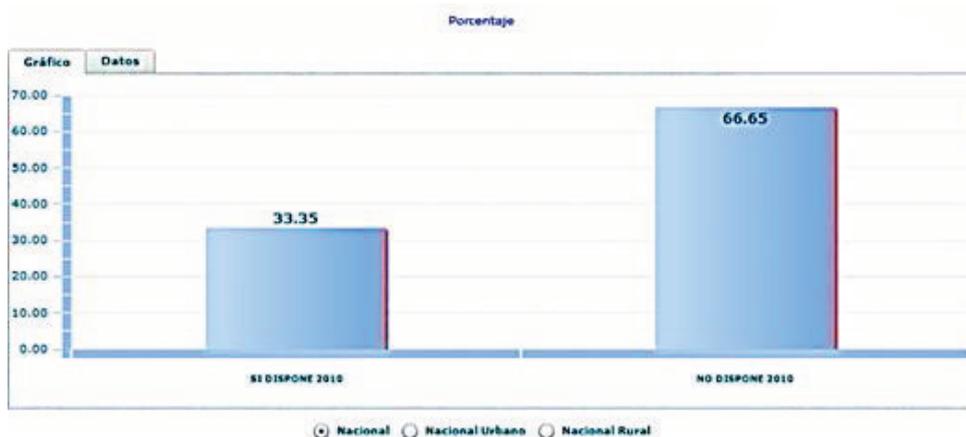


Figura 18. Teléfono

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)- INEC (2010)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas del INEC (2010)

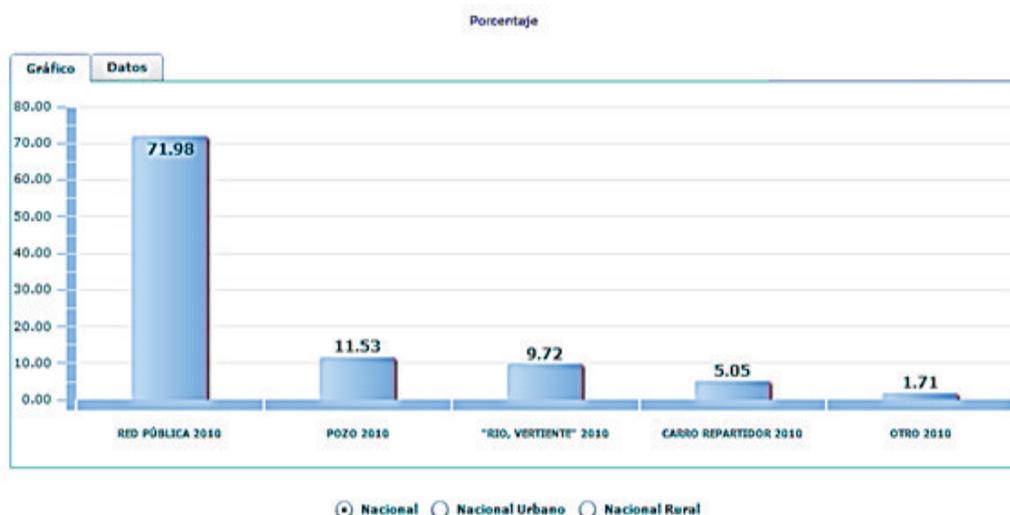


Figura 19. Agua

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)- INEC (2010)

Elaborado por: Departamento de Estadísticas del INEC (2010)

En el cantón Rumiñahui el acceso a los servicios básicos en la zona urbana son buenos ya que más del 90% de la población goza de estos servicios mientras que en las parroquias rurales Cotogchoa y Rumipamba los servicios de agua potable y alcantarillado son deficientes.

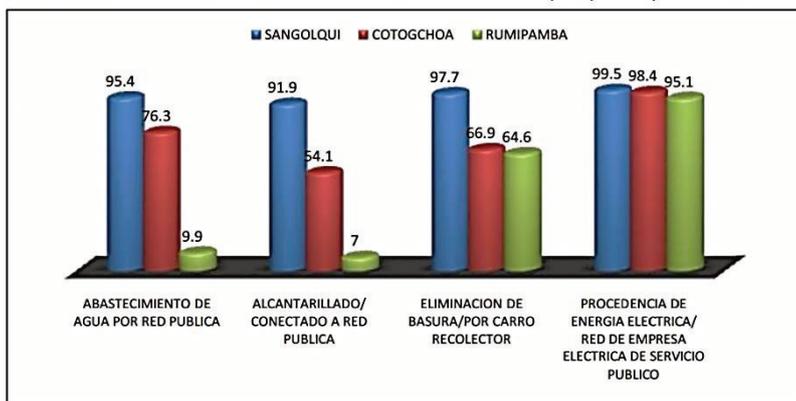


Figura 20. Acceso a servicios básicos por parroquias Cantón Rumiñahui

Fuente: Censo PV 2010

Elaboración: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui 2011

2.1.1.4. Entorno Tecnológico

2.1.1.4.1. Conectividad

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el 18,1% de los hogares tiene al menos un computador portátil, 9,1 puntos más que lo registrado en 2010. Mientras el 27,5% de los hogares tiene computadora de escritorio, 3,5 puntos más que en 2010.

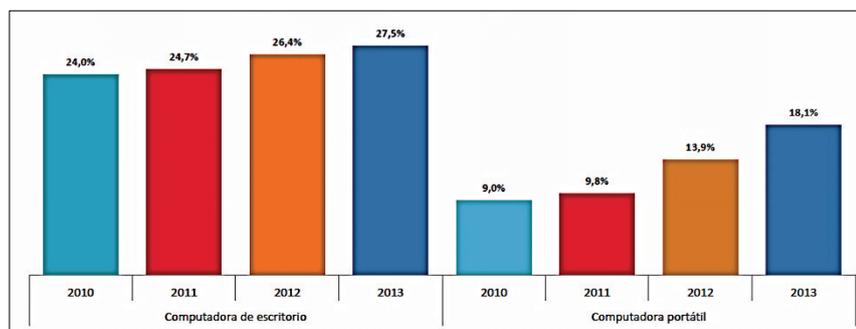


Figura 21. Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).
Elaborado por: Departamento de Estadísticas (2013)

De igual forma, el 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular, 36,7 puntos más que lo registrado en el 2010, esto muestra que

existe un gran porcentaje de la población que posee una alta comunicación a través del teléfono celular.

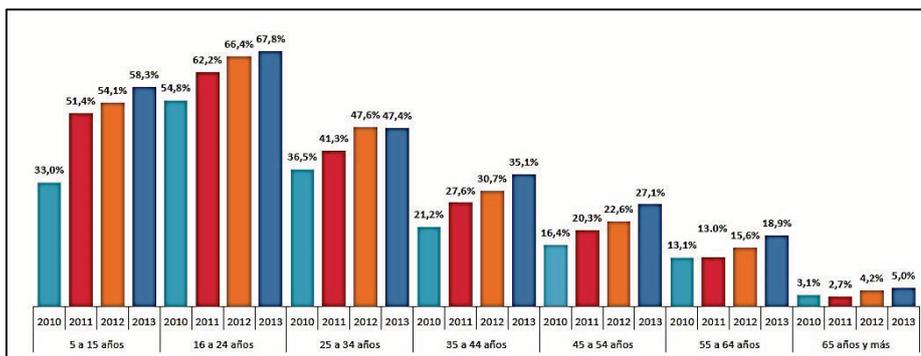


Figura 22. Hogares que tienen teléfono fijo y celular a nivel nacional

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).
Elaborado por: Departamento de Estadísticas (2013)

También, el grupo con mayor número de personas que utilizaron computadora es el que está entre 16 a 24 con el 67,8%, seguido de 5 a 15 años con 58,3%.

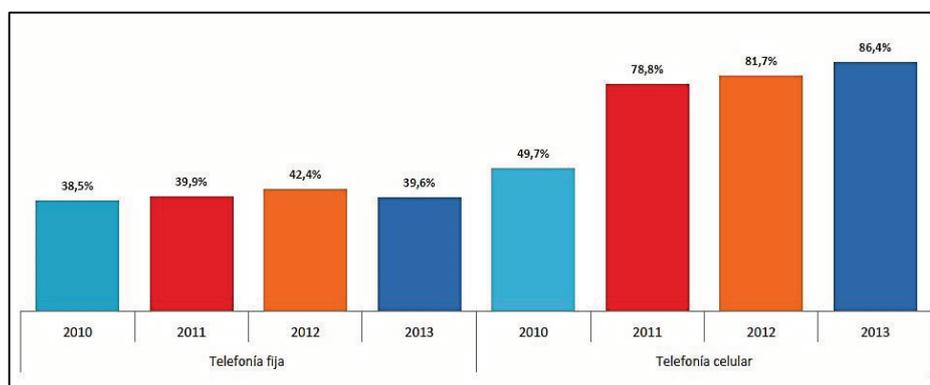


Figura 23. Porcentaje de personas que utilizan computadora por grupos de edad a nivel nacional

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).
Elaborado por: Departamento de Estadísticas (2013)

Cabe indicar que la provincia con mayor número de personas que utilizan computadora es Pichincha con el 56,2%, seguido por Azuay con el 54,3%; mientras que Los Ríos es la provincia que menos usa con el 28,4%, estos datos son muy positivos para la presente tesis ya que su mercado directo es la ciudad de Quito que pertenece a la provincia de Pichincha.

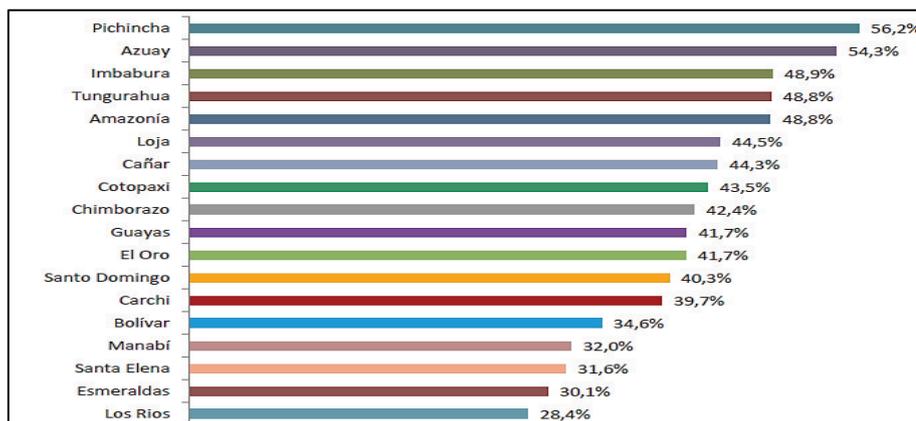


Figura 24. Porcentaje de personas que usan computadora por provincias en el 2013

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).
Elaborado por: Departamento de Estadísticas (2013)

2.1.1.4.2. Sistemas informáticos utilizados en el sector turístico

Los Sistemas Globales de Distribución o GDS con sus siglas en inglés (Global Distribution Systems) se han convertido en una poderosa herramienta de mercadeo puesto que ayudan a vincular a las agencias de viajes con proveedores de servicios de transportación aérea, hospedaje, renta de automóviles, entre otros. A nivel mundial, los principales GDS son Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, System One y Book Hotel.

Cuentan con tecnología de un modo diferente; desde líneas aéreas de más bajo costo, agencias de viajes multinacionales hasta los pequeños e independientes hoteles; para conseguir que sus procesos de negocio sean más eficientes y obtener así nuevas ventajas competitivas. El no figurar dentro de estos sistemas, es limitarse al acceso de un mercado global, además de captar más clientes potenciales así como fidelizar a los actuales.

Los GDS no venden al consumidor final, sino que sus clientes están formados por otras empresas que, éstas sí, tienen al viajero como consumidor final. Los GDS son por lo tanto, intermediarios entre las compañías aéreas y las agencias que venden los billetes al consumidor final.

Sus ingresos provienen de las comisiones que cobran a las compañías aéreas y/o a sus clientes.

A continuación se detalla los dos sistemas mayormente ocupados en el país según varios agentes de viajes:

(Sabre, 2014); manifiesta:

El sistema SABRE es un proveedor líder de tecnología de la información y servicios de ingeniería de apoyo a las organizaciones empresariales y gubernamentales.

Este sistema conecta a compradores y vendedores de viajes, incluye a más de 400 aerolíneas, compañías de alquiler de auto, compañías de cruceros, trenes y operadores turísticos.

(Amadeus, 2014); menciona lo siguiente:

Amadeus conecta a millones de personas con miles de negocios y empresas a nivel mundial todos los días, desde aerolíneas hasta Agencias de viajes, ayudando a que los clientes comercialicen sus productos en un mercado global de una forma rápida, eficiente y rentable. Cerca de 95.000 agencias de viajes utilizan el sistema de reservas donde pueden consultar y reservar en más de 760 compañías aéreas, que representan más del 95% del total de sillas disponibles en el mundo, así como acceder a más de 85.000 hoteles y 42 rentadoras de carros.

Un hecho importante que rescatar es que en 1998 Amadeus fue certificada con la norma ISO 9002, convirtiéndose en el primer sistema de distribución global (GDS), merecedor de esta declaración por la excelencia de sus prácticas, gestión de calidad de productos y de entrega de servicios.

Dicha certificación fue renovada en septiembre de 2003 (ISO 9001:2000), lo que establece una prueba más del compromiso firme, en la industria del viaje.

Estos sistemas tienen un auge impresionante en el país, así mismo es primordial mencionar que existen otros programas relacionados a las aerolíneas como es el programa KIU que también da el servicio de comprar boletos aéreos. Esta revolución tecnológica en el sector, es positiva puesto el mercado es global y no existe límites para todos los prestadores de servicio, más bien, es cuestión de hacer énfasis y aprovechar los recursos a disposición.

2.1.1.4.3. Nuevas tendencias tecnológicas

Códigos QR

(Codigos QR, 2013); alude lo siguiente:

Los códigos QR, (en inglés QR Code) son un tipo de códigos de barras bidimensionales. A diferencia de un código de barras convencional (por ejemplo EAN-13, Código 3 de 9, UPC), la información está codificada dentro de un cuadrado, permitiendo almacenar gran cantidad de información alfanumérica.

Los códigos QR son fácilmente identificables por su forma cuadrada y por los tres cuadros ubicados en las esquinas superiores e inferior izquierda.



Aunque el desarrollo inicial de los Códigos QR tenía como objetivo principal su utilización en la industria de la automoción, hoy por hoy la posibilidad de leer códigos QR desde teléfonos y dispositivos móviles permite el uso de Qr Codes en un sin fin de aplicaciones completamente diferentes de las que originales como pueden ser:

- Publicidad
- Campañas de marketing

- Merchandising
- Diseño Gráfico
- Papelería corporativa (tarjetas de visita, catálogos)
- Internet, Webs, blogs

Este tipo de códigos, se podría aplicar en el marketing turístico de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Sangolquí, los cuales los cuales pueden ser leídos a través de cualquier Smartphone.

2.1.1.5. Entorno Político

2.1.1.5.1. Forma de gobierno

(Asamblea Constituyente, 2008); menciona lo siguiente:

El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

La nueva constitución de la República (2008) menciona que la “descentralización tiene principios de subsidiaridad, solidaridad territorial y justicia económica.” Este proceso citado busca prevalecer las deficiencias en la redistribución de los recursos, esto establece un desafío en la organización territorial y descentralización.

Por otro lado, “la descentralización requiere de la acción articulada de instituciones y actores para desarrollar un proceso dinámico que permita

fortalecer el Estado en todos sus niveles.” (Consejo Nacional de Competencias y Secretaría Nacional de Planificación , 2012)

2.1.1.5.2. Estabilidad política

(Navarro, 2014); manifiesta:

Los siete años de Gobierno del presidente Rafael Correa, marcan en Ecuador una época de estabilidad política luego de tres mandatos y el paso de siete presidentes en una década. El régimen atribuye la estabilidad, entre otros factores como las políticas en favor del pueblo, al cambio de las relaciones de poder, al cumplimiento de las ofertas electorales y la defensa de la soberanía en todos los campos, fundamentalmente en lo económico y político.

(Nuñez, 2014); señala lo siguiente:

La estabilidad con el actual gobierno; ya que antes gobernaban las minorías de la partidocracia. Eso cambió, pues ahora es el pueblo el que gobierna a través de una representación legitimada en siete elecciones y dos plebiscitos.

En la práctica, y según cifras aportadas por el gobierno, la pobreza en Ecuador disminuyó en un 13 por ciento en los últimos siete años, y la extrema pobreza va en franca retirada. Igualmente la inversión en los Sectores Estratégicos, parte importante del cambio de la matriz productiva, creció 29 veces del 2007 al 2013.

En general se observa mejoría y estabilidad política-económica en el Ecuador, este aspecto es en favor de la actividad turística ya que el turista se sienten seguro de visitar el país; además, de saber que puede llenar sus expectativas en la visita como también los prestadores de servicios porque tienen el apoyo del gobierno el mismo que sigue cumpliendo con obras y

actividades de mejoramiento de todo el país para tener la certeza de ofertar un producto o servicio de alta calidad.

2.1.1.5.3. Planes y programas gubernamentales

2.1.1.5.3.1. Plan Nacional del Buen Vivir

(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013); menciona lo siguiente:

El Plan Nacional del Buen Vivir es la estructura medular de la ideología política y económica del gobierno actual, la cual debe seguir para cumplir los 12 objetivos planteados.

El Plan cuenta con una estrategia territorial de desarrollo, plantea los lineamientos para la inversión de los recursos públicos y la regulación económica.

El Sumak Kawsay (Buen Vivir), es el eje de este cambio, puesto que fortalece la cohesión social y la participación activa de los individuos para la construcción de su propio destino.

Dentro de los temas primordiales que configuran el nuevo pacto social ecuatoriano, se pueden identificar cinco ejes fundamentales:

- a) La instauración de un Estado constitucional de derechos y justicia;
- b) una profunda transformación institucional;
- c) la configuración de un sistema económico social y solidario;
- d) la estructuración de una organización territorial que procura eliminar las asimetrías locales; y

e) la recuperación de la noción de soberanía popular, económica, territorial, alimentaria, energética, y en las relaciones internacionales.

El Plan Nacional del Buen Vivir, apunta a una forma de vida diferente, que ofrece felicidad, bienestar y permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. Es el nuevo horizonte, que será la guía para mantener los cambios realizados y promover principalmente un nuevo giro hacia el cambio de la Matriz Energética y Productiva.

2.1.1.5.3.2. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rumiñahui

(Gobierno Autónomo Descentralizado Rumiñahui, 2012); señala:

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Rumiñahui es una herramienta técnica que poseen los municipios para planificar y ordenar su territorio. Su objetivo es integrar la planificación física y socioeconómica, así como el respeto al medio ambiente: estos documentos pueden incluir estudios sobre temas como la población, las etnias, nivel educativo, así como los lugares donde se presentan fenómenos meteorológicos y tectónicos como lluvias, sequías y derrumbes. Estableciéndose como un instrumento que debe formar parte de las políticas de estado, con el fin de propiciar desarrollos sostenibles, contribuyendo a que los gobiernos orienten la regulación y promoción de ubicación y desarrollo de los asentamientos humanos.

El sistema se articulará al Plan Nacional de Desarrollo y al sistema nacional descentralizado de planificación participativa; se guiará por los principios de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación; y funcionará bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación.

El sistema se compone de los ámbitos de la educación, salud, seguridad social, gestión de riesgos, cultura física y deporte, hábitat y vivienda, cultura, comunicación e información, disfrute del tiempo libre, ciencia y tecnología, población, seguridad humana y transporte.

La propuesta contribuye al desarrollo de todos sus habitantes, buscando una mayor competitividad y desarrollo mediante un crecimiento sostenido de la actividad económica cantonal, integrando y adecuado el territorio que permita la disminución del desempleo y subempleo a mejorar los ingresos económicos de la población rural articulando los productores al mercado cantonal, fortaleciendo la producción local, la actividad agrícola y ganadera y la comercialización interna y externa; facilitando el acceso a la información que promueva el financiamiento y nuevas inversiones en la agricultura del cantón.

De igual manera, es primordial para el comercio al por mayor y menor el mejoramiento del sistema de comercialización de mercados y el área comercial enfocados a mejorar la comercialización y los productos que se expenden y de esta forma mejorar las condiciones de salubridad. De la misma forma para el sector industrial se prevé la normativa y regulación correspondiente en concordancia a las leyes vigentes. Por otra parte, el sector turístico y artesanal son actividades esenciales en el desarrollo del cantón por lo que la propuesta prevé centros artesanales y el desarrollo del sector turístico.

2.1.1.5.3.3. Plan Estratégico de Rumiñahui

Este documento es una herramienta que se pone en marcha cada año con sus respectivos cambios o variaciones dependiendo el ámbito externo o interno, para poder ejecutarlo. Cada año se actualiza su diagnóstico así como la imagen organizacional, acompañada de las estrategias que se ejecutan a través de programas y proyectos para ubicar al cantón dentro del mercado turístico.

Es así que dentro de su diagnóstico se señala las ventajas comparativas y competitivas del para fomentar el turismo; de igual manera en equipo de trabajo se llega a un consenso para la organización y ejecución de los diversos programas y proyectos los cuales deben aplicarse en el cantón.

2.1.1.5.3.4. Plandetur 2020

(Tourism & Leisure – Europraxis, 2007); alude lo siguiente:

El Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador, fue creado para transformar los recursos en productos turísticos, para consolidar la oferta turística del Ecuador, así también innovar productos turísticos de las diferentes líneas de turismo especializado y mejorar continuamente la calidad de los servicios y productos turísticos, para aumentar la estadía actual del turista y su gasto diario, con énfasis específico en la satisfacción de la demanda nacional e internacional

Este plan de desarrollo tiene una visión futurista, ya que apunta a convertirse en un instrumento efectivo de inclusión y equidad social, lo que contribuye a los Objetivos del Plan Nacional Del Buen Vivir, como su elemento colateral es el fortalecimiento de la gobernabilidad; la cooperación pública, privada y comunitaria; las cadenas de valor, y la competitividad.

El PLANDETUR 2020 presenta al mundo estrategias y programas con un horizonte claro de cumplimiento, indicadores de evaluación que permitan su mejoramiento continuo, y la estimación de los recursos humanos y financieros necesarios para su realización.

2.1.1.5.4. Convenios y programas de cooperación internacional Acuerdo con los Voluntarios Japoneses JICA / JOCV

El presente acuerdo fue gestionado por la Dirección de Turismo de Rumiñahui, el motivo del mismo es poder tener un asesor técnico en turismo, el trabajo que se requiere del voluntario es el siguiente:

- Elaboración de productos turísticos
- Asesoría en la elaboración de un Estudio de mercado de las zonas de uso turístico del cantón;
- Apoyo en la elaboración de un Plan Estratégico de turismo y ,
- Asesoría en el Diseño de rutas turísticas y su señalética de uso turístico, de acuerdo a la normativa de uso turístico nacional establecida por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

El tiempo que se aspira es de dos años, este acuerdo se encuentra en proceso.

Acuerdos Interinstitucionales con el Ministerio de Turismo

El Gobierno Descentralizado de Rumiñahui tiene un acuerdo puntual con el Ministerio de Turismo, que se encuentra en proceso como es la señalización turística de todo el Cantón Rumiñahui correspondiente a todos los atractivos turísticos naturales y culturales.

2.1.1.6. Entorno Legal

2.1.1.6.1. Constitución de la República del Ecuador

De conformidad con el artículo 6, capítulo 2 De los Derechos Civiles, menciona el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación. La ley establecerá las restricciones

al ejercicio de determinados derechos y libertades, para proteger el medio ambiente.

En el entorno internacional se puede apreciar una sobreexplotación de los recursos naturales, lo cual traerá sin lugar a dudas grandes consecuencias a las futuras generaciones, ante este escenario, se han creado varias instituciones que se dedican a conciliar el progreso, desarrollo y la protección del ambiente, una de las formas más viables es a través del desarrollo económico, social, político y cultural, cuyo objetivo primordial es mejorar la calidad de vida de las personas.

El presente escrito hace referencia a la aplicación de un desarrollo sustentable que es definido como un proceso predestinado al bienestar de la sociedad presente y futura, basada en principios de equidad y protección del medio. Al mencionar el derecho a un ambiente sano, no contempla solamente a que los habitantes gocen de agua, tierra y aire de calidad, sino también a la posibilidad de acceder, controlar los recursos y de poder decidir sobre el destino de cada uno de ellos, para que exista una distribución justa de la riqueza, trabajo y consumo.

2.1.1.6.2. Leyes y reglamentos

2.1.1.6.2.1. Ley de Turismo

(Ministerio de Turismo, 2012); señala:

Ley de Turismo tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

La ley de turismo detalla los elementos de la actividad turística del Ecuador, el papel del Ministerio de Turismo como agente rector, así como el

de los gobiernos seccionales y autoridades regionales, que se aplica a la temática del presente plan.

En la presente ley se detalla las actividades legales que se pueden ejercer en el sector turístico, así como también las diferentes atribuciones que tiene el Ministerio de turismo con la actividad turística del país.

2.1.1.7. Microambiente

2.1.1.7.1. Atractivos Turísticos de la Parroquia de Sangolquí

Sangolquí, capital del Cantón Rumiñahui posee una infinidad de atractivos naturales y culturales, sus calles, su gente, la gastronomía llama a varios visitantes a este cálido valle, que se visita para relajarse, distraerse y salir de la rutina que se maneja en la capital del Ecuador.

N.	NOMBRE DEL RECURSO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
1	Parque Turismo	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Obra de ingeniería	Parque
2	Parque Juan de Salinas	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Obra de ingeniería	Parque
3	Iglesia San Juan Bautista de Sangolquí	Museos y manifestación cultural	Lugares Históricos	Arquitectura religiosa
4	Mercado el Turismo	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Obra de ingeniería	Arquitectura moderna
5	Plaza César Chiriboga	Museos y manifestación cultural	Feria	Feria
6	Centro Histórico de Sangolquí	Museos y manifestación cultural	Lugares históricos	Arquitectura histórica
7	Capilla de San Francisco	Museos y manifestación cultural	Lugares históricos	Arquitectura religiosa
8	Mausoleo de Juan de Salinas	Museos y manifestación cultural	Lugares históricos	Arquitectura religiosa
9	Centro Cultural Villa Carmen	Museos y manifestación cultural	Lugares históricos	Arquitectura histórica
10	Plaza Cívica Rumiñahui	Museos y manifestación cultural	Lugares históricos	Monumento
11	Monumento al Choclo	Museos y manifestación cultural	Obra técnica	Arte decorativa
12	Monumento al Colibrí	Museos y manifestación cultural	Obra técnica	Arte decorativa
13	Parque Ecológico Santa Clara	Museos y manifestación cultural	Obra de ingeniería	Parque
14	Av. General Enríquez	Folklore	Comidas típicas	
15	Cascada de Pinlocoto	Sitio natural	Cascada	
16	Comida típica "Cuyes"	Folklore	Comidas típicas	
17	Fiesta de la cosecha	Folklore	Música y danza	
18	Toros populares	Acontecimientos programados	Artísticos	Fiestas populares
19	Ciclo vida	Acontecimientos programados	Recreativos	Fiestas populares
20	Gran cascada del río Pita	Sitio natural	Cascada	
21	Hacienda Molinuco	Sitio natural	Cascada	
22	Reserva Ecológica Cascada de Rumibosque	Sitio natural	Cascada	
23	Complejo Turístico La Montañita de Santa Rosa	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Obra de ingeniería	Recreacional

Figura 25. Lista de atractivos turísticos

Fuente: Dirección de Turismo (2012)

Elaborado por: Dirección de Turismo (2012)

Es importante mencionar que varios atractivos turísticos no son completamente explotados, es decir falta que los habitantes disfruten de estos sitios espectaculares.

De igual manera, se puede indicar que el folclor de Sangolquí es muy popular por las actividades que se realizan, donde toda la comunidad participa activamente, así se puede señalar los toros populares, la fiesta de la cosecha, y su comida típica como los cuyes y hornado, fritada que se oferta a lo largo de la Av. General Enríquez.

Un aspecto negativo para los atractivos turísticos, es la limitada información acerca de ellos, así como la señalización, señalética turística y vías de acceso que son de suma importancia para los visitantes y lograr que Sangolquí sea potencia turística.

De igual forma, se puede aludir la poca existencia de rutas o paquetes turísticos de la zona, que podrían ser ofertados a los turistas.

N°	ESTABLECIMIENTO	TELÉFONO
Transporte Aéreo		
01	Aéreo Ticket Express N° 2	2090444
AGENCIA DE VIAJES		
02	Metro Los Chillos	2861390
03	Mundo Valle	2860264
04	Puyo Travel	2860419
05	Quinta Tour	2862126
ALOJAMIENTO		
Pensión		
06	Centro Real N° 2	2866375
07	Ensueños del Valle	2333498
08	José Carlos	2860129
09	Las Hiedras	2330771
10	Márquez del Valle	2080909
11	San Mateo	2337913
12	Tajamar	2335342
13	Express El Paraíso	2318742
14	El Portal	2081095
Hostal		
15	Centro Real	2080389
16	El Portal de Sangolquí	2335663
17	Gran Mirador	092763504
18	Chillo Real	2336273

CONTINUA



19	El Portal La Tola	2332193
20	Sierra Luna	
21	Holiday	2863180
22	San Sebastián	2335994
23	Residencial Del River	2331587
24	Residencial Chillo Real	2336273
	Hostería	
25	La Carriona	2331974
26	Mansión Samzara	2334141
27	Cotopaxipungo	2871073
28	Sommergarten	2330315
	Motel	
29	Cabaña Los Sauces	2087391
30	El Amanecer	2333033

COMIDAS Y BEBIDAS

	Bares	
31	El Iman	2338775
32	El Rodeo	2332556
33	Kamochas	098790084
34	La Cabaña	092930059
35	Molier Pub chop Karaoke	2868840
36	Vikingos	2338268
37	Vikingos N0.2	2338268
38	La Isla 7803 R&A Karaoke	2342020
39	Zoilo's Cafe Bar	2334215
40	Maclaren's	2864147
41	La Casa	2861294
42	The Happy Black	099718104
	Cafetería	
43	Club Sandwich	2081072
44	Aldo	2867528
45	El Español –Suc	2090269
46	Juan Valdez	2090247
47	Messie	2334769
48	Messie Deli	2867903
49	The Coffe Cake	2868666
50	Messie	2867903
	Fuente de Soda	
51	Chacarero Joe Burguer N° 2	2863350
52	Dvany Coffee	097895340
53	Dulce Placer	2330358
54	Dulce Placer	2330358
55	El Carbón Ardiente - Burguer's	098036390
56	El Palio	2864349
57	Fercho's Pizza	095370405
58	Fontana heladería N°6	2090441
59	Fontana Heladería No. 2	2869329
60	Fontana Heladería No. 3	2867685
61	Hog Dogs de la González Suárez	6041115
62	Heladería Jusheid	2339794
63	Helados Corfu No. 6	2090063
64	Heladería Los Alpes	2862045
65	Jugos Naturales Del Valle	095195362
66	Las Pizzas del Valle	2338587
67	La Cabaña Tropical	095088491
68	Luz En El Amanecer	082486450
69	Mister Angus Steak House	081269966
70	Poliburguer	

CONTINUA



71	Punto y Coma	2342626
72	Pinchos Steak House	2331035
73	Quick Juice & Delicias Pa ti	2339862
74	V.H.D. Ricos helados	3339798
75	Yogurt de la Amazonas N°7	2260341
Restaurantes		
76	American Deli – Suc	2090125
77	Asadero Rey Pollo	2338118
78	Buffalo` s Grill	2090265
79	Cajun Express Nª 2	2449999
80	Chef Pato	6011065
81	Cevicheria Mi Choli	2850112
82	Ceviches de la Rumiñahui N°9	2863564
83	Cevicheria El Sabor Manabita	2331953
84	Cevicheria Señor Encebollados	2336418
85	Ceviches y Menestras Don Zami	2338578
86	Ceviches y Menestras	099717321
87	Ceviches La Yapa	085206131
88	Conchitas y Cazuelas	6015400
89	Ch Farina N° 6	2862382
90	Chifa Chung Hwa	2332009
91	Chifa Long Cheng	2336360
92	Chifa Long Chen del Valle	2081070
93	Chifa Melin	2330263
94	Chifa Me Hua	6034824
95	Chifa Que Rico	2339411
96	Chifa Océano	2850848
97	Chifa Siglo	081269966
98	Chifa San Pedro	2867480
99	Crazy Porky	2861967
100	Crepes & Wafles No. 3	2090064
101	Campero	
102	Danku Restaurant	6026774
103	Dieguito	2332054
104	Dieguito Suc 1	2338301
105	Don Pepe	2338301
106	Encocado Comida Esmeraldeña	2862680
107	El Arriero Steak House	2867272
108	El Arriero	2333447
109	El Anzuelo de Oro	2871831
110	El Café de la Vaca No. 2	2090135
111	El Centro Del Chuchaqui	2337984
112	El Rincón del Sabor Manabita	2332039
113	El Palenque Antojitos Mejican	2340064
114	El Pailón de Mushuñan	2872783
115	El Punto	087266702
116	El Viejo Roble	2334036
117	El Pollo Salsero	
118	Fast Food "Joga Bonito"	2607300
119	Florida	2331052
120	Florida Pollos A La Braza	2334925
121	Gabrielita	
122	Gus	2553916
123	Gus	2863916
124	Hamburguesas El Coral	2090246
125	Hamburguesas de Rusty No. 2	2090001
126	Hornados Doña Faby N° 1	2865657
127	Hornados Doña Faby N° 3	2090300
128	K.F.C.	
129	K.F.C. N° 25	2449999

CONTINUA 

130	K.F.C. N° 28	2449999
131	K.F.C. N° 29	2090329
132	Karioking	2860205
133	Koko Rico N° 22	2869944
134	La Bella Italia	2861595
135	La Casita de Tejas	2332405
136	La Casita del Cuy	2870563
137	La Costeñita y su Sazón	
138	La Creación de la Conchita	
139	La Clínica del Chuchaqui	093937898
140	La Tablita del Tártaro N° 7	2479328
141	La Tablita del Tártaro N° 8	2479328
142	La Paila Chugchucaras	2865496
143	La Sabrosura del Valle	099095409
144	La Vaca Muuuyyy Rica	2862374
145	La Victoria de Sangolquí	2335472
146	Las Delicias Mama Miche Sangolquí	2870060
147	Las Delicias	2330986
148	Las Orquídeas	2850377
149	Las Pailas de mi Suegra	2867930
150	Las Palmeras No. 4	2867300
151	Las Palmeras No. 8	2090452
152	Las Súper Menestras de la Michelena	
153	Los Ceviches de la Rumiñahui No. 10	2090298
154	Los Sekos	2339827
155	Mayflower-Suc	2868734
156	Mayflower-Suc	2090068
157	Mágico Oriental	2090249
158	Marcelo´s Steak House	5007739
159	Menestras del Negro_ Suc	2080282
160	Menestras del Negro	2449999
161	Menudos Evita	2334712
162	Mister Angus	
163	Multipollo	2333086
164	Kobe Sushibar No. 3	2090005
165	Nuevo Mundo	2334249
166	Noe Shushi Bar	2449999
167	Onde Pepe de Sangolquí	2330179
168	Odeon	089173033
169	Palmar del Valle	2868134
170	Paradero Dieguito	2334327
171	Paradero San Pedro N° 1	2860569
172	Paradero San Pedro N° 2	2860569
173	Patricia	2870065
174	Pizza Hut N° 13	2090083
175	Pizza Hut N° 5	2861289
176	Pizza S.A.	2339833
177	Pizzeria El Hornero Nª 13	2863194
178	Phin Pollo Siempre Mas	095302173
179	Pollo Horneado Stav No. 7	2868796
180	Pollos a la Braza Mayita	2333179
181	Pollos del Valle	2331002
185	Puerto Ostión Cevicheria	3808816
186	Rom boy	2863896
187	Runa Urco del Pasochoa	098753602
188	Sabor Manabita	2331953
189	Sabores de Hong Kong	2339857
190	Sabores del Valle	2337081
191	San Viche	099447331
192	Sandrita	2870803

CONTINUA



193	Sol Oriental N° 1	2330371
194	Spane's N° 7	2090065
195	Sweet & Coffe N° 6	2090065
196	Su Casa Sangolquí	2338967
197	T.G.I Friday's N° 2	2863951
198	Texas Chicken N° 10	2339799
190	The Best Fast Food	083446175
191	Tropiburguer – Suc	2090271
192	Vaco y Vaca	2090214
193	Westernbar No. 3	2850257

DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO

Discoteca		
194	Gema Musical	2860815
195	Más Flow	093737628

TRANSPORTE

Terrestre		
196	Estysan	2862620
Balneario		
197	La Cascada	2872761
198	Recreación Varadero	2338237

Figura 26. Catastro del Cantón Rumiñahui

Fuente: Dirección de Turismo (2014)

Elaborado por: Dirección de Turismo (2014)

En el catastro se puede observar que existe un limitado número de agencias de viajes para poder promocionar la parroquia Sangolquí.

Igualmente los lugares de alojamiento son mínimos y de una categoría para clase turista superior; por otro lado hay gran variedad en sitios de alimentación de todo tipo, donde los precios son fluctuantes.

Del mismo modo la mayor parte de estos negocios son manejados de manera empírica, donde se necesita un refuerzo en el tema de capacitaciones para mejorar la calidad del servicio.

2.1.2.2. Clientes

Género	Masculino – Femenino
Edad	25 y 34 años de edad
Instrucción Educativa	Secundaria
Frecuencia de visita a Sangolquí	3 a 4 veces al mes
Forma de realizar turismo	En familia, pareja y grupo de amigo
Pago por persona en alojamiento	11 a 20 dólares
Pago por persona en alimentación (3 comidas)	25 a 34 dólares
Pago por persona por transporte	6 a 10 dólares
Tipo de turismo	Turismo de naturaleza y turismo gastronómico.

Figura 27. Perfil del cliente

Fuente: Encuesta de Turistas (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Para el desarrollo del plan se identifica a los clientes tanto nacionales como extranjeros que realicen turismo dentro del país.

De acuerdo a la diversidad de productos turísticos que el plan pondera, estaría dirigido a personas de los dos géneros, en edades que comprenden de 25 a 34 años de edad; que han cursado la secundaria, los mismos que les gusta realizar turismo en pareja, familia o amigos; así también se puede mencionar que gustan del turismo de naturaleza y gastronómico, por último el turista está dispuesto a pagar por alojamiento de 11 a 20 dólares, por alimentación (3 comidas) de 25 a 34 dólares y por transporte entre 6 a 10 dólares.

2.1.2.3. Competencia

Según funcionarios de la Dirección de Turismo consideran que existen tres sitios que son competencia directa para la parroquia Sangolquí estos son Machachi, por el paseo del Chagra, toros populares, su gastronomía; Quito por su parte cultural y natural que oferta a los turistas, así también la parte del noroccidente por la extensa riqueza natural que está dispuesta a ser gozada por los visitantes.

2.1.2.4. Sustitutos

A lo largo del entorno existen varios lugares que se podrían mencionar que son sitios turísticos sustitutos para Sangolquí estos son el Área Recreacional El Boliche, el Parque Nacional Cotopaxi y los Illinizas

2.1.2.5. Proveedores

Para ejecutar el presente plan de desarrollo las entidades que han sido apoyo directo de información y asesoramiento para la elaboración son: el Ministerio de Turismo, el Banco Central del Ecuador, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el Municipio de Rumiñahui, la Dirección de turismo, los turistas, prestadores de servicios y población en general correspondientes a la población de Sangolquí.

2.1.3. ANÁLISIS INTERNO

2.1.3.1. Constitución legal

Según la Resolución Administrativa No. 066-2013, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Rumiñahui se determina el siguiente direccionamiento:

Su misión es, ser una organización de gobierno y servicio público local que promueve el desarrollo y bienestar integral de la comunidad de manera eficiente, honesta y responsable, involucrando la participación ciudadana en pro del bienestar común.

Y su visión, constituirse para el año 2020 en un Gobierno Autónomo Descentralizado con un modelo de gestión administrativa, técnica, participativa y operativa que fundamente su accionar en el bienestar de la

comunidad, a través de un proceso de mejoramiento continuo de calidad y eficacia de los servicios, que potencie la productividad constituyéndose en una población apta para invertir y vivir en armonía.

Por otro lado, su objetivo general es contribuir al desarrollo sustentable del Cantón Rumiñahui a través de la formulación y ejecución de planes, programas y proyectos alineados en la Planificación Estratégica Institucional, que garanticen la dotación oportuna de servicios a la comunidad, con aporte de su talento humano e involucrando a los actores sociales en la gestión municipal para lograr el buen vivir.

Igualmente los objetivos estratégicos son:

- Formular políticas, planes y programas que contribuyan al desarrollo local, que permitan dotar de servicios a la comunidad con los más altos estándares de calidad;
- Alcanzar un alto nivel de ejecución presupuestaria, que asegure el cumplimiento de planes y programas
- Implementar un sistema de administración de talento humano que potencie el desarrollo personal e institucional.
- Implementar mecanismos de control de gestión que aseguren el cumplimiento de las metas institucionales.
- Es esencial indicar que la municipalidad carece de leyes u ordenanzas eficientes en la parte turística, que regulen a todas las actividades turísticas que se ejecuten en la parroquia de manera organizada.

Dirección de Turismo

La misión es promover el desarrollo turístico, mediante procesos participativos entre los sectores públicos y privados, que garanticen la utilización racional y conservación de los recursos naturales y culturales del Cantón.

Las Atribuciones y Responsabilidades son las siguientes:

Las funciones transferidas por el Ministerio de Turismo y las competencias atribuidas en el Art. 135 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

- Consolidar la identidad e imagen turística del Cantón, en el ámbito nacional e internacional;
- Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Cantón;
- Estimular procesos de investigación turística que permitan la consolidación, incorporación y desarrollo de zonas o áreas turísticas actuales o potenciales del Cantón;
- Establecer alianzas estratégicas con organismos de turismo y entidades afines;
- Proponer mejoramiento de la infraestructura turística.
- Ejecutar Programas Turísticos en el Cantón
- Mantener estadísticas sobre turismo receptivo.
- Gestionar Auspicios, para eventos Turísticos.

Los Productos que se maneja a través de la Dirección se detallan a continuación:

1. Licencia Única Anual de funcionamiento de establecimientos turísticos
2. Liquidaciones de establecimientos turísticos.
3. Inspecciones a locales turísticos
4. Programa de recaudación (LUAF)
5. Catastro actualizado de establecimientos turísticos
6. Inventario de atractivos turísticos
7. Plan operativo anual de Turismo
8. Plan de Marketing
9. Rutas turísticas y Senderos ecológicos.
10. Eventos culturales y turísticos
11. Talleres y seminarios a establecimientos turísticos.
12. Informes de guianza turística.
13. Estadísticas de turismo receptivo

Tomando en consideración el último punto hay una restringida información sobre estadísticas de entrada de turistas a la parroquia de Sangolquí.

2.1.3.2. Recursos y capacidades

2.1.3.2.1. Tangibles

2.1.3.2.1.1. Económicos y Financieros

En el tema económico, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Rumiñahui tiene un presupuesto anual de USD 32 millones para ejecutar todo los proyectos y obras para su localidad, por

consiguiente la Dirección de Turismo cuenta con 114'300,00 USD para proyectos turísticos.

2.1.3.2.1.2. Físicos

La Dirección de Turismo posee una casa ubicada en la calles García Moreno y Friofrío, cuenta con tres oficinas con sus muebles respectivos además de un pequeño parqueadero, instalaciones que son usadas por el personal de la institución.

Por otro lado, la Dirección tiene la custodia del Mausoleo de Juan de Salinas, donde ese encuentra los restos del mencionado personaje, además de varios bustos de los Próceres de la Independencia.

2.1.3.2.1.3. Tecnológicos

Cuenta con cuatro computadoras de escritorio marca Altek, una impresora Lexmark, una copiadora canon, y cuatro muebles de escritorio; para realizar las diferentes actividades y responsabilidades diarias del personal de la Dirección de Turismo.

2.1.3.2.1.4. Estructura Organizacional

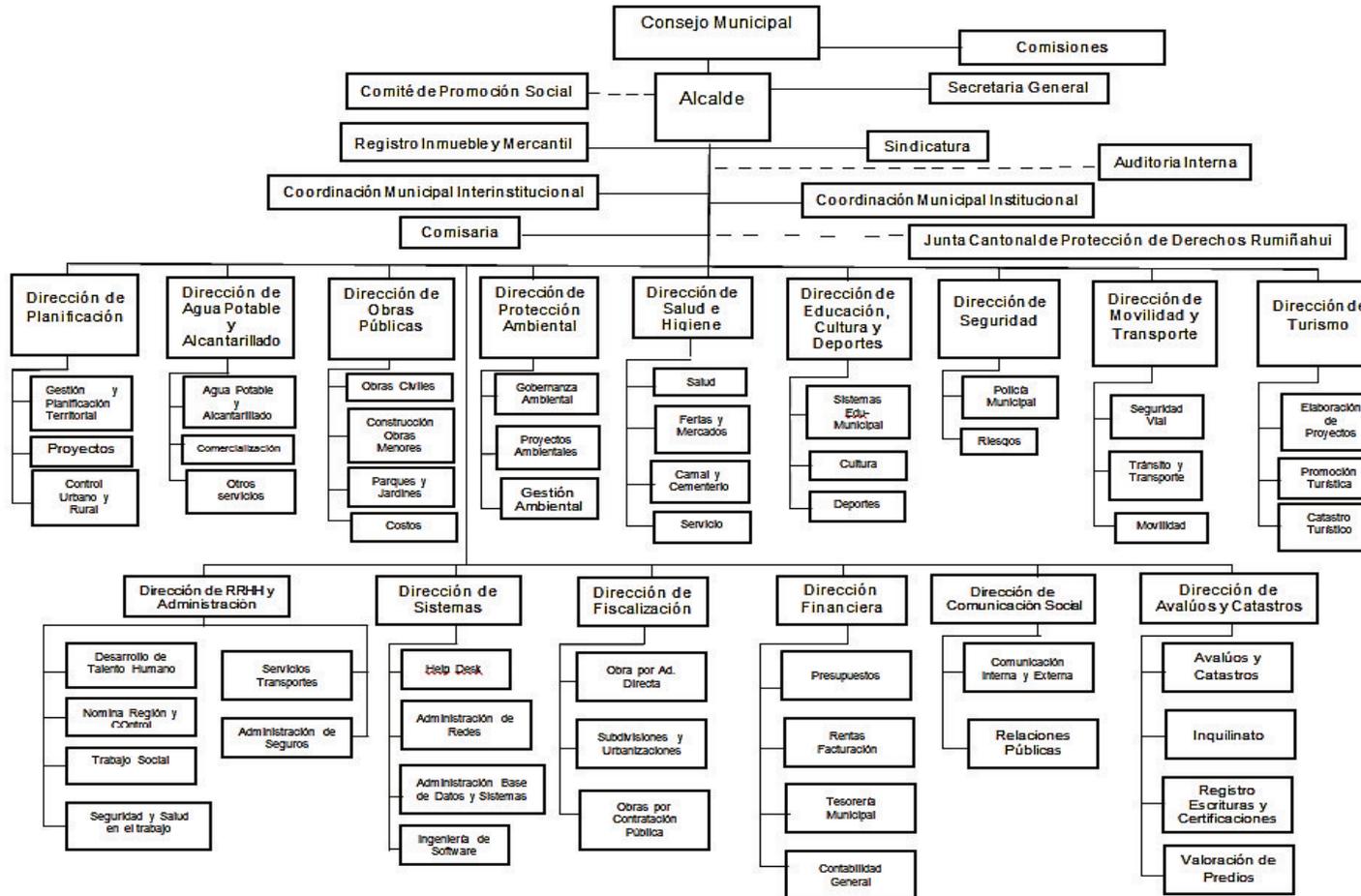


Figura 28. Estructura organizacional del cantón Rumiñahui

Fuente: Municipio de Rumiñahui (2013)

Elaborado por: Dirección de Planificación (2013).

2.1.3.2.2. Intangibles

2.1.3.2.2.1. Humanos

En la Dirección de Turismo trabajan cuatro personas que son:

- El director
- La secretaria, y
- Dos asistentes

El director es aquel que planifica, coordina y ejecuta las actividades del Departamento, es una persona dedicada a la actividad turística varios años.

Del mismo modo, la secretaria realiza la liquidación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, de los establecimientos hoteleros del cantón, asimismo maneja el Catastro Turístico.

Los asistentes son los encargados de las visitas técnicas de los atractivos turísticos, manejo del inventario turístico, archivo fotográfico, coordinación con el Ministerio de Turismo, proceso y contratación pública, ejecución- control- seguimiento del Plan Operativo Anual.

2.1.3.2.2.2. Innovación y creatividad

Según funcionarios de la Dirección de Turismo del cantón Rumiñahui, en la actualidad no se cuenta con ningún programa de innovación para la actividad turística, sino más bien se trabaja con elementos ya establecidos, y conocidos como son la realización de ferias o fiestas típicas, las Fiestas de Cantonización, El Carnaval y la Fiesta del Maíz y el Turismo

2.1.4. ANALISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica estratégica y clima agradable, con variedad de atractivos naturales y culturales, por ello es uno de los destinos primordiales de fin de semana para los habitantes de la capital. • Autoridades municipales dispuestas a gestionar los proyectos turísticos. • Posee una buena planta turística en el área urbana. • Mantiene la identidad cultural y ancestral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos destinos turísticos. • Cercanía de mercados masivos (Quito), los cuales pueden ser aprovechados. • Difusión turística a nivel nacional • Incremento del turismo extranjero (Asia) • La estabilidad política que permite la conclusión de proyectos turísticos.

Figura 29. Análisis de las fortalezas y oportunidades de Sangolquí

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Limitado estudio de estadísticas turísticas • Señalética turística insuficiente en áreas rurales y vías de acceso en mal estado • Limitada presencia de operadores turísticos nacionales para comercializar la oferta turística del cantón. • Desconocimiento de atractivos turísticos por parte de los visitantes • Personal no capacitado en el ámbito turístico en un 100%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios fluctuantes de los productos y servicios turísticos. • Competencia con destinos turísticos cercanos y conocidos. • Cercanía con un centro urbano "Quito", con mejor planta e infraestructura turística calificada. • Destrucción de ecosistemas que provoca la desaparición de atractivos turísticos.

Figura 30. Análisis de las debilidades y amenazas de Sangolquí

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 31. Mapa estratégico

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

3. CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Población y Muestra

3.1.1. Determinación de la muestra o población de estudio de la oferta

En el catastro del año 2014 existen 198 establecimientos turísticos en la parroquia Sangolquí. A continuación se detalla la muestra.

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

DATOS

N=198

Z= 95%=1.96

p=50%=0.5

q=50%=0.5

e=5%=0.05

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * 198}{(0,05)^2 (198-1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) * (0,25) * 198}{(0,05)^2 (197) + (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = \frac{(3,8416) * (0,25) * 198}{(0,0025) (197) + (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = \frac{190,16}{(0,4925) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{190,16}{1,4529}$$

n= 130,88

n= 130 Prestadores de servicios a encuestar

3.1.2. Tabulación de la encuesta realizada a los prestadores de servicios de la parroquia Sangolquí

Género de prestadores de servicios

Cuadro 9

Género de prestadores de servicios

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mujer	108	83,1
	Hombre	22	16,9
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios- Pregunta Datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

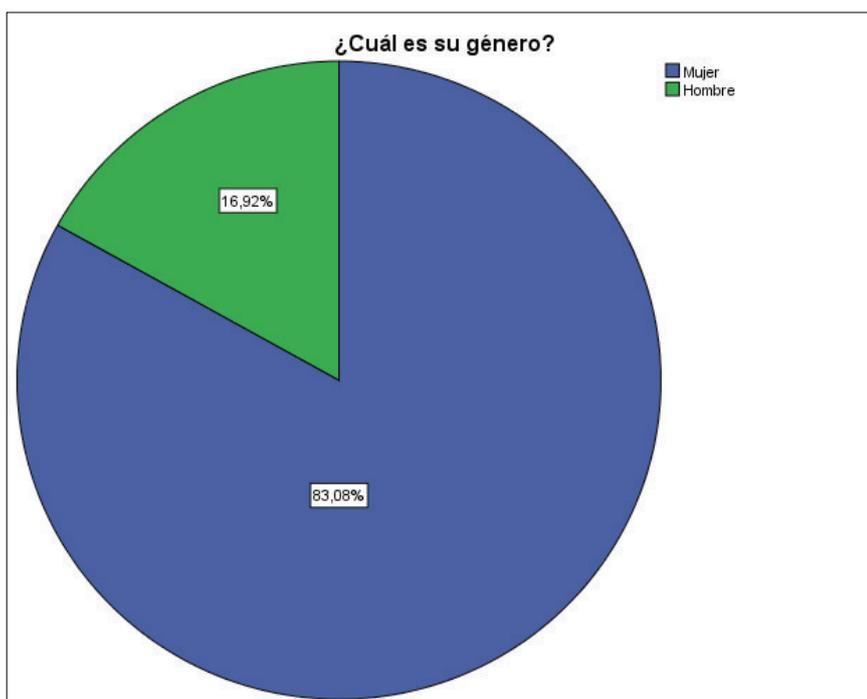


Figura 32. Género de prestadores de servicios

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios- Pregunta Datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 83,1% de los prestadores de servicios corresponde al género femenino, y el resto al masculino, se puede

contemplar que esta medida se da porque hay más apertura para las mujeres puesto que se trata de un servicio directo con el turista, donde se requiere cortesía y hospitalidad, elementos que lo practican a diario el género femenino.

Edad de prestadores de servicios

Cuadro 10

Edad de prestadores de servicios

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	15-24	11	8,5
	25-34	47	36,2
	35-44	59	45,4
	45-54	13	10,0
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios- Pregunta Datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

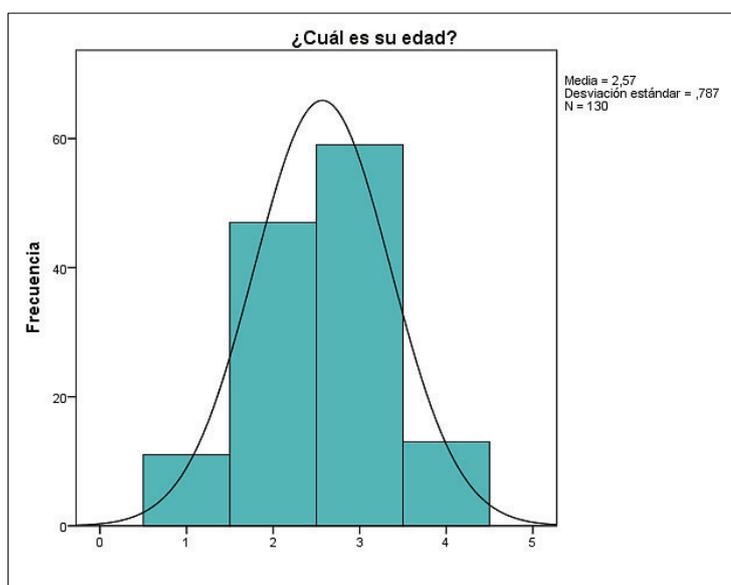


Figura 33. Edad de prestadores de servicios

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios- Pregunta Datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: La mayoría de los datos mencionan que la mayor parte de los prestadores de servicios están entre las edades de 35 a

44 años, lo que representa que la actividad turística está regida por personas relativamente jóvenes, activos, dispuestos a aportar de la mejor manera en el área, para que el turista disfrute al máximo de su visita.

Instrucción Educativa

Cuadro 11

Instrucción educativa de prestadores de servicios

Válido		Frecuencia	Porcentaje
	Primaria	33	25,4
	Secundaria	75	57,7
	Superior	22	16,9
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios- Pregunta Datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

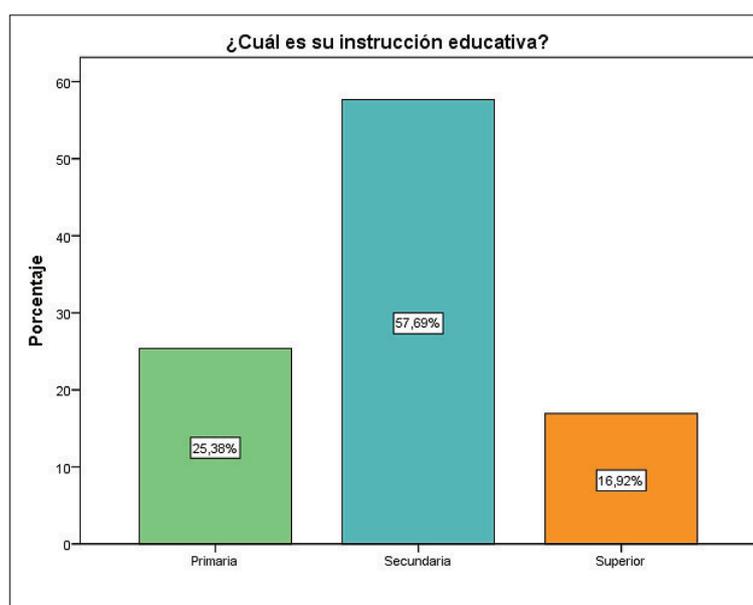


Figura 34. Instrucción educativa de prestadores de servicios

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios- Pregunta Datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: La mayor parte de prestadores de servicios han cursado la secundaria, este grupo corresponde al 57,69%, mientras el nivel primario tiene un 25,38% y el superior posee el 16,92%. Estos datos

muestran que el sector no está dirigido con personas altamente instruidas, su nivel de educación en general es medio, esto se ha generado por varias limitaciones como el tiempo y el dinero para poder culminar sus estudios universitarios y de cuarto nivel.

1. ¿Los servicios que oferta su establecimiento son: ?

Cuadro 12

Servicios que ofertan los establecimientos turísticos

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Alojamiento	21	16,2
Alimentación	90	69,2
Transporte	13	10,0
Agencia de viajes	6	4,6
Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 1 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

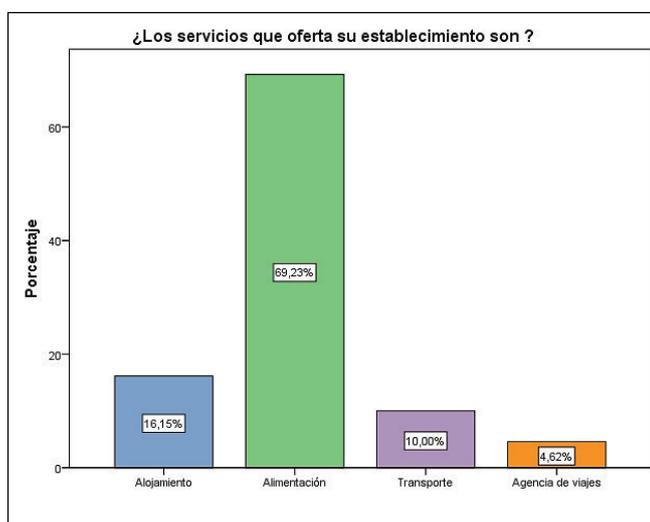


Figura 35. Servicios que ofertan los establecimientos turísticos

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 1 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Los servicios que principalmente se oferta son: alimentación con un 69,23%, alojamiento con 16,15%, ya que el transporte, corresponde al 10%; agencias de viajes con el 4,62%; es así que el visitante

cuenta con una infinidad de lugares donde puede degustar la comida típica de Sangolquí, sin dejar de lado el hospedaje, el transporte y las actividades recreativas para hacer de la estadía una mágica experiencia.

2. ¿A qué categoría pertenece su establecimiento de servicios?

Cuadro 13

Categoría de los establecimientos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Lujo	12	9,2
	Primera	26	20,0
	Segunda	81	62,3
	Tercera	8	6,2
	Cuarta	3	2,3
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 2 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

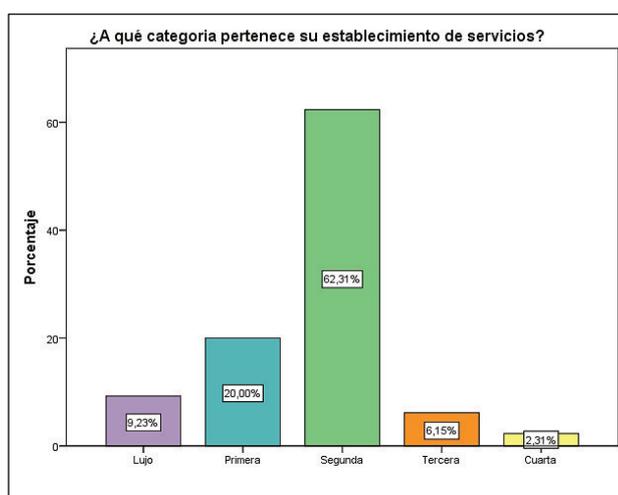


Figura 36. Categoría de los establecimientos

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 2 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Las categorías de los establecimientos son diversas la que tiene más alto porcentaje en los establecimientos es la segunda categoría con un 62,31%; seguido de la primera; la categoría lujo,

tercera y cuarta se representa en menor grado. Es una pauta designada por el poder adquisitivo del turista que concurre a este sitio son lugares que poseen los servicios necesarios a precios competitivos.

3. ¿En qué temporada del año hay más afluencia de turistas hacia la parroquia de Sangolquí?

Cuadro 14

Temporada del año que hay más afluencia de turistas

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Vacaciones	15	11,5
Fines de semana	109	83,8
Días festivos	6	4,6
Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 3 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

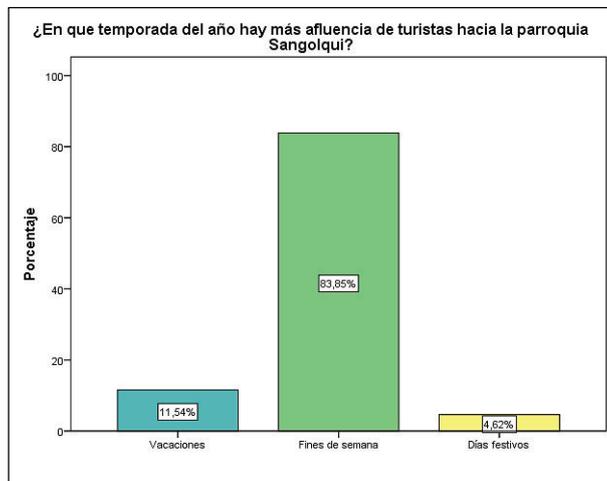


Figura 37. Temporada del año que hay más afluencia de turistas

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 3 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los encuestados la afluencia considerable es los fines de semana con un 83,85%; mientras que en las vacaciones y días festivos no es tan representativo las visitas a Sangolquí, como los

sábados y domingos donde los visitantes gustan de disfrutar en familia o amigos en los diversos establecimientos del lugar, todo esto al terminar las actividades cada semana.

4. ¿Cuánto suele pagar diario un turista por el servicio de alojamiento?

Cuadro 15

Pago de un turista por el servicio de alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	11-20	88	67,7
	21-30	36	27,7
	31-40	6	4,6
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 4 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

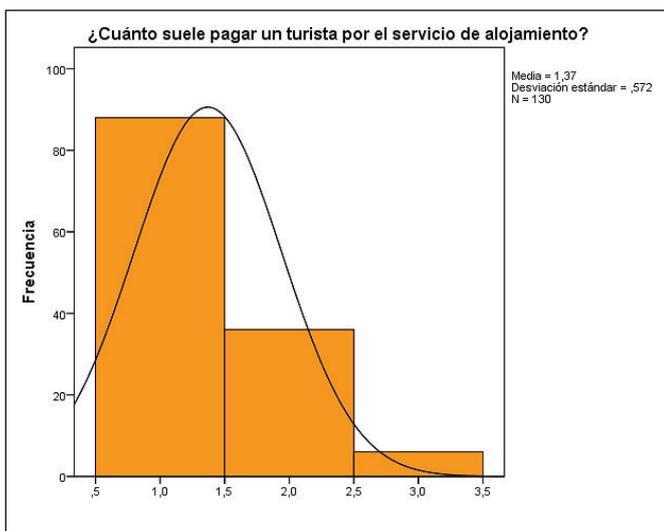


Figura 38. Pago de un turista por el servicio de alojamiento

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 4 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Los turistas están dispuestos a pagar por persona entre \$11 a \$30 por el servicio de alojamiento; ya que los turistas

están dispuestos a permanecer en un sitio donde que sea confortable y que oferte los servicios correspondientes para una excelente estadía.

5. ¿Cuánto suele pagar diario un turista por el servicio de alimentación?

Cuadro 16

Pago de un turista por el servicio de alimentación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	0-10	16	12,3
	11-20	22	16,9
	21-30	88	67,7
	31-40	4	3,1
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 5 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

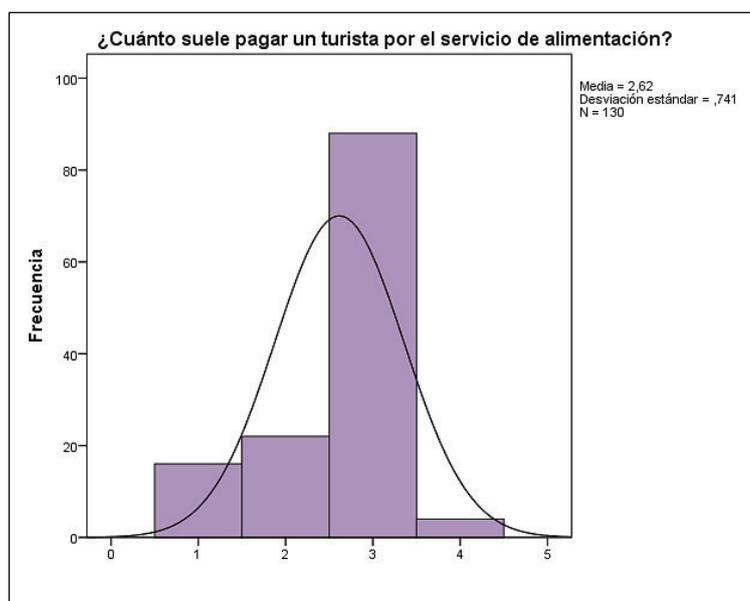


Figura 39. Pago de un turista por el servicio de alimentación

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 5 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los datos recolectados los encuestados mencionan que pagan por tres comidas entre los \$21 a \$30 en su mayoría,

esto se da por la afinidad de la comida típica de este sector que atrae a muchos, el agrado para consumir sus platos típicos.

6. ¿Cuánto suele pagar diario un turista por el servicio de transporte?

Cuadro 17

Pago de un turista por el servicio de transporte

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	11-20	99	76,2
	21-30	31	23,8
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 6 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

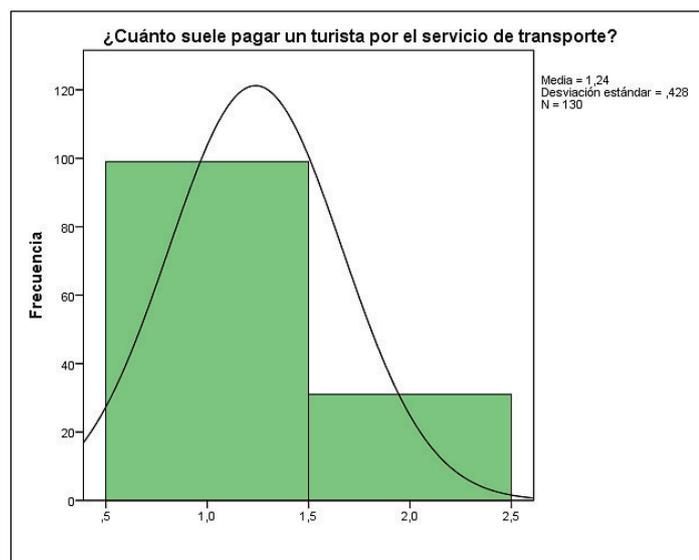


Figura 40. Pago de un turista por el servicio de transporte

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 6 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El tema de transporte, el turista paga de \$11 a \$20 diarios por persona, para recibir un trato cordial y el confort que el visitante desea, en un medio de transporte apto para realizar recorridos turísticos.

7. ¿Cuánto suele pagar diario un turista por el servicio de actividades recreativas?

Cuadro 18

Pago de un turista por el servicio de actividades recreativas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	0-10	38	29,2
	11-20	82	63,1
	21-30	10	7,7
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 7 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

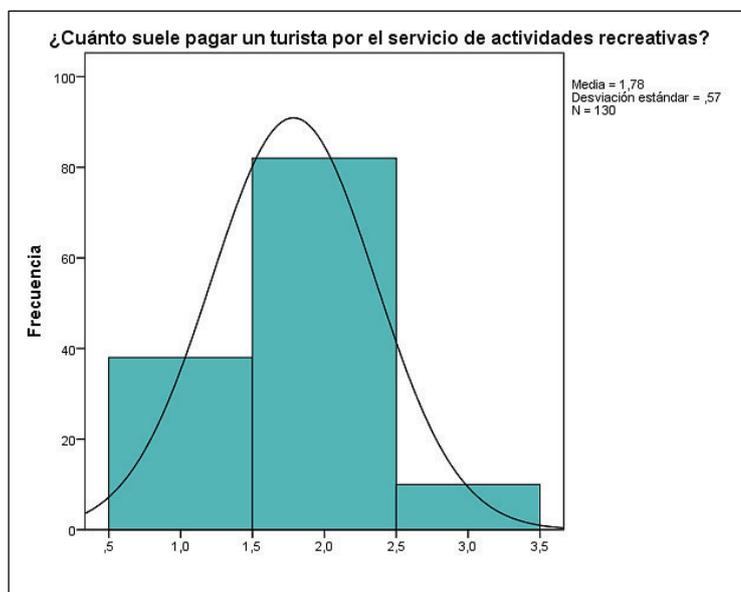


Figura 41. Pago de un turista por el servicio de actividades recreativas

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 7 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los datos recolectados los turistas aceptan pagar de \$21 a \$30 por persona diario, para realizar actividades de recreación; puesto que consideran que Sangolquí es un lugar que ofrece varias alternativas para realizar en el tema de recreación.

8. ¿Por qué medios realiza publicidad de sus servicios?

Cuadro 19

Medios donde realiza publicidad de los servicios que oferta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Televisión/Radio	36	27,7
	Revistas/Periódicos	4	3,1
	Hojas volantes	20	15,4
	Agencias de viajes	10	7,7
	Redes Sociales	2	1,5
	Páginas Web	58	44,6
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 8 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

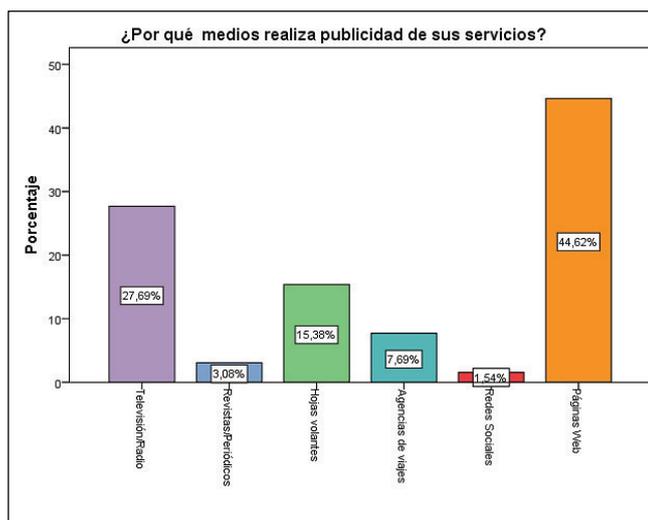


Figura 42. Medios donde realiza publicidad de los servicios que oferta

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 8 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Los prestadores de servicios realizan publicidad a través de páginas web, radio y televisión, hojas volantes, en su minoría usan las agencias de viajes, la prensa y redes sociales, este fenómeno ocurre porque estos medios son concurridos por el conglomerado en el día a día.

9. ¿Cómo califica la calidad de los servicios de su empresa?

Cuadro 20

Calidad de los servicios

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Buena	120	92,3
	Mala	10	7,7
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 9 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

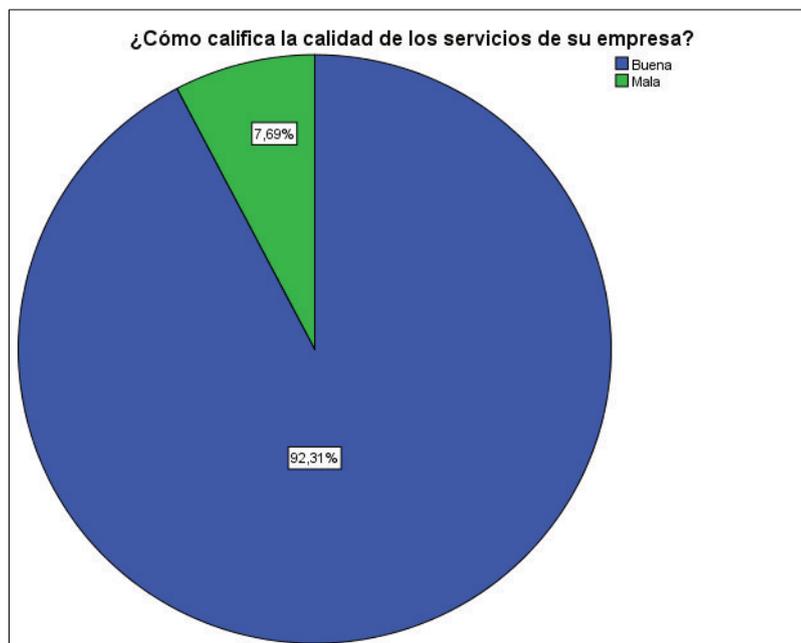


Figura 43. Calidad de los servicios

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 9 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 92,31% de los prestadores mencionaron que los servicios que ofertan en su empresa son buenos, este tema es positivo ya que desde el cliente interno hay aceptación, esto muestra que el turista va a quedar satisfecho y podrá recomendar a terceros.

10. ¿Qué calificación daría usted a la información y señalización turística de la parroquia Sangolquí?

Cuadro 21

Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Buena	9	6,9
	Mala	90	69,2
	Regular	31	23,8
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 10 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

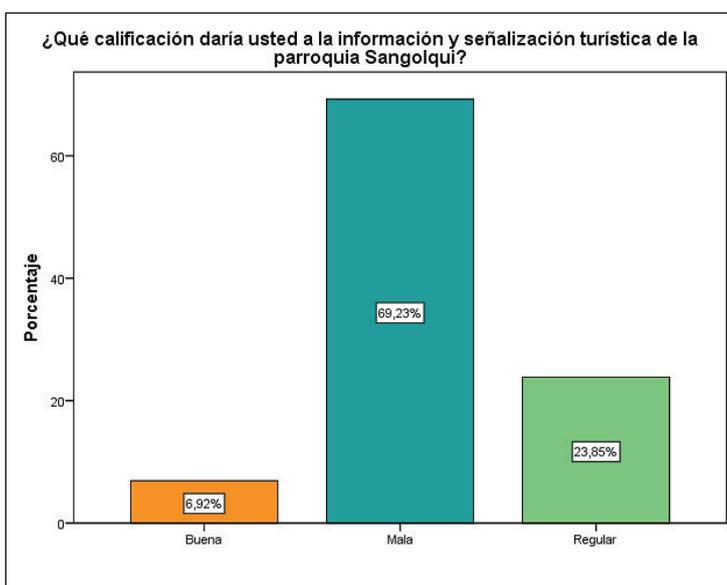


Figura 44. Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 10 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los encuestados la información y señalización turística es mala ya que no se encuentra correctamente señalizado los lugares turísticos, y la señalización de tránsito, los nombres de calles, parques, y sitios específicos de la parroquia lo que provoca descontento de los visitantes y una problemática para los negocios de la ciudad.

11. ¿Ha recibido capacitaciones en temas relacionados a Hotelería y Turismo?

Cuadro 22

Capacitaciones en temas relacionados a hotelería y turismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	31	23,8
	No	99	76,2
	Total	130	100,0

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 11 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

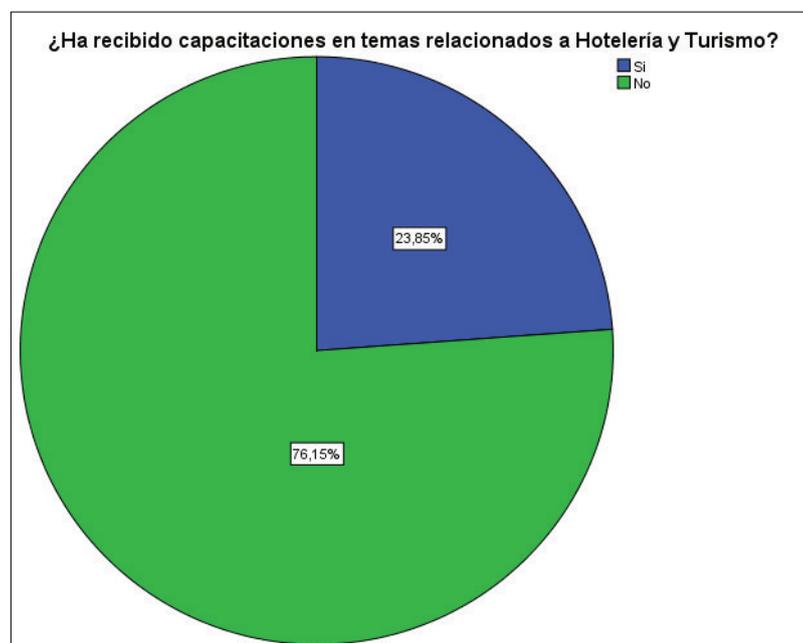


Figura 45. Capacitaciones en temas relacionados a hotelería y turismo

Fuente: Encuesta de Prestadores de Servicios- Pregunta No 11 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 76,2 % de los prestadores de servicios, no han recibido capacitaciones en las empresas donde trabajan, quienes mencionaron que les gustaría tratar temas como atención al cliente y hospitalidad, el manejo correcto de los alimentos, técnicas de reciclaje, entre otros.

3.1.3. Estudio de la Demanda

3.1.3.1. Determinación del Universo o población de estudio de la demanda

Según el Ing. Patricio Rodríguez, director de turismo cada año se recibe en Sangolquí cerca de 600 mil turistas en los diferentes atractivos turísticos.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

DATOS

$$N = 2.505.344$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$p = 50\% = 0.5$$

$$q = 50\% = 0.5$$

$$e = 5\% = 0.05$$

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

$$n = \frac{(3,8416) * (0,25)}{(0,25)}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,25}$$

$$n = 3,8416 * 100$$

n = 384 Turistas a encuestar

3.1.3.2. Tabulación de la encuesta realizada a los turistas de la parroquia Sangolquí

Género de turistas de la parroquia Sangolquí

Cuadro 23

Género de turistas de la parroquia Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	186	48,4
	Femenino	198	51,6
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

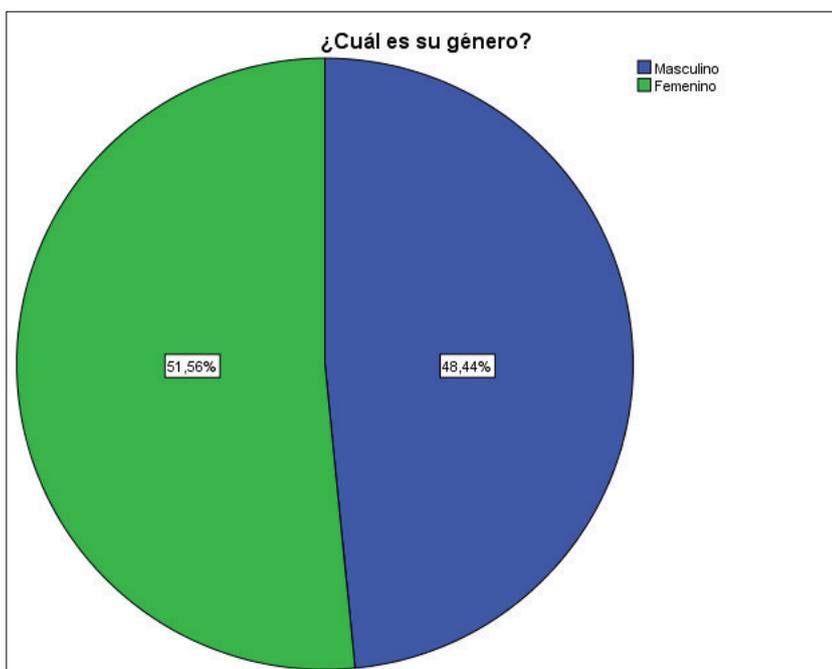


Figura 46. Género de turistas de la parroquia Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según la encuesta efectuada en la pregunta de género se identificó que la mayor parte corresponde al género femenino

mientras que la otra diferencia pertenece al masculino. Este resultado hace referencia que existe mayor cantidad de mujeres en las diferentes zonas turísticas del sector, es género que se interesa por el turismo.

Edad de turistas de la parroquia Sangolquí

Cuadro 24

Edad de turistas de la parroquia Sangolquí

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
	15-24	71
	25-34	291
	35-44	16
	45-54	5
	55-64	1
	Total	384
		100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

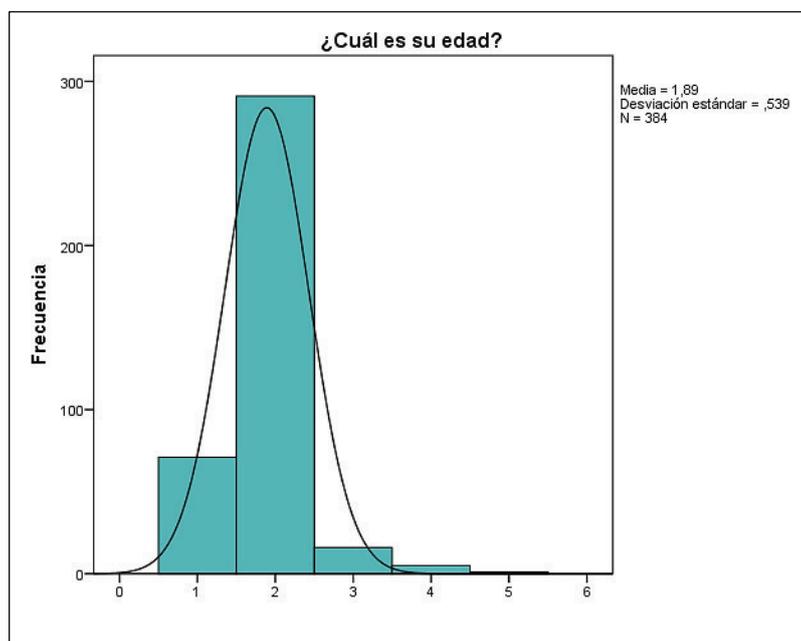


Figura 47. Edad de turistas de la parroquia Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Como se puede observar en el gráfico el porcentaje más alto es de los 25 a 34 años de edad, seguido de 15 a 24 años, sus otras minorías comprenden de 35 a 64 años. Lo que muestra que los visitantes son personas activas que disfrutan de las actividades en contacto con la naturaleza y de compartir experiencias nuevas.

Instrucción Educativa de turistas de la parroquia Sangolquí

Cuadro 25

Instrucción educativa de turistas de la parroquia Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Primaria	3	,8
	Secundaria	327	85,2
	Superior	54	14,1
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

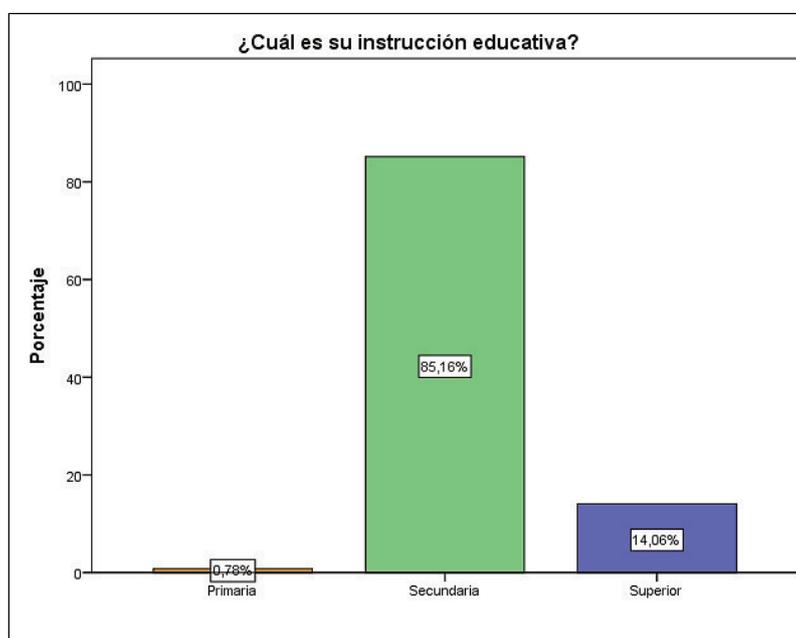


Figura 48. Instrucción educativa

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta datos generales (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 85,2 % de los turistas respondieron que tienen cursado la secundaria y un 14,1 % educación superior, lo que muestra que existe varios motivos porque los turistas no han adquirido una instrucción superior, entre estas tenemos el tiempo, la capacidad económica limitada y la poca accesibilidad de centros de estudio en la ciudad.

1. ¿Ha visitado la parroquia Sangolquí?

Cuadro 26

Visitas a Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	359	93,5
	No	25	6,5
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 1 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

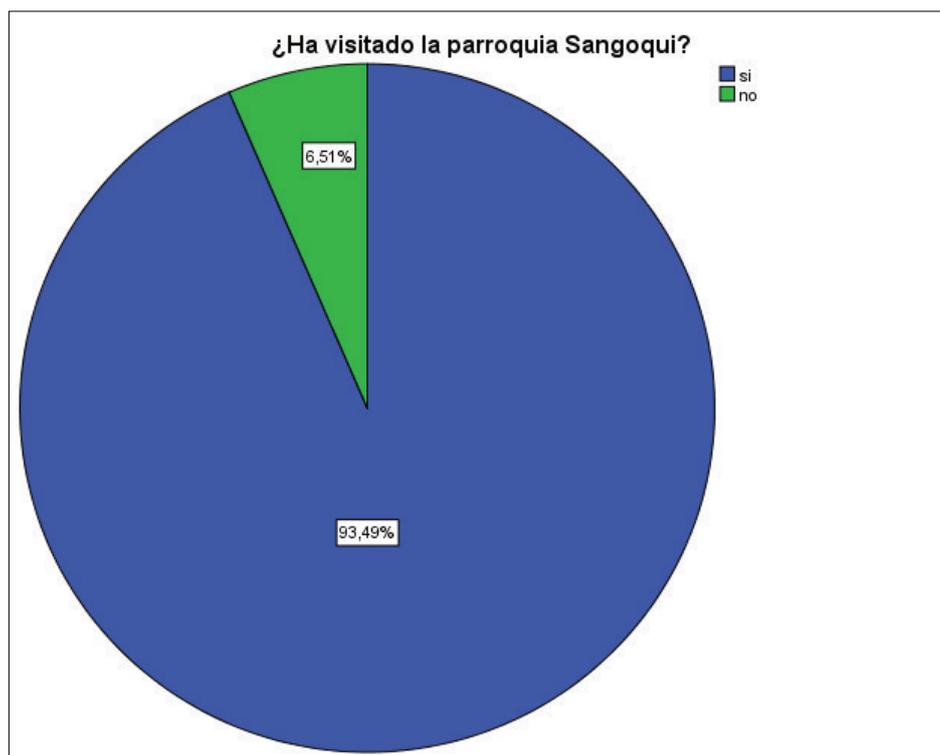


Figura 49. Visitas a Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 1 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: La mayoría de los encuestados han respondido que si ha visitado Sangolquí, ya que se encuentra relativamente cerca de la capital, además que es un lugar paradisíaco por su clima, comida y la gente.

2. Si su respuesta es positiva. ¿Con qué frecuencia al mes visita Sangolquí?

Cuadro 27

Frecuencia de visitas al mes a la parroquia Sangolquí

	Frecuencia	Porcentaje
Válido 1-2 veces	22	5,7
3-4 veces	357	93,0
5 veces o más	5	1,3
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 2 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

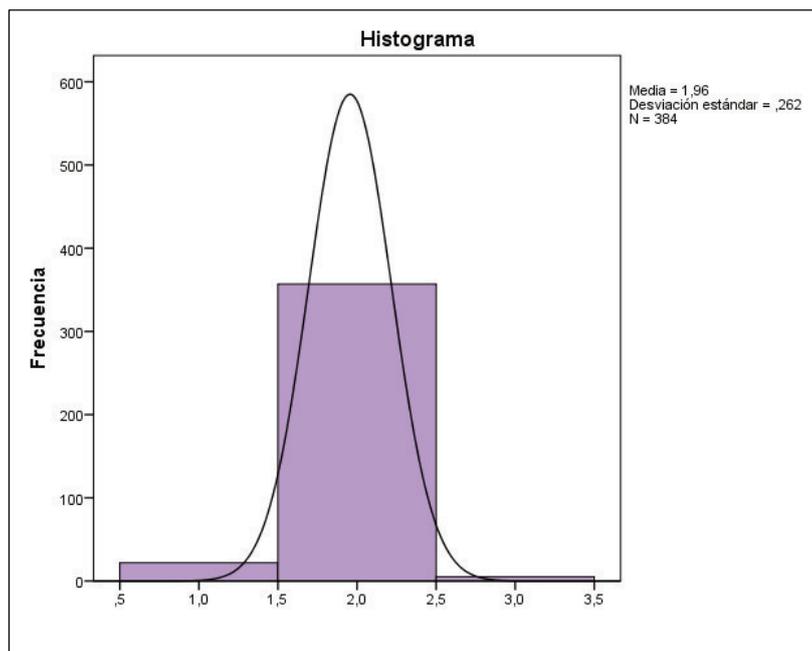


Figura 50. Frecuencia de visitas al mes a la parroquia Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 2 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 93% de los turistas visitan Sangolquí de 3 a 4 veces por mes; puesto que la mayor parte suele tomar a Sangolquí como un destino de fin de semana, para poder disfrutar luego de sus actividades rutinarias.

3. ¿En qué temporada del año le gusta visitar Sangolquí?

Cuadro 28

Temporada del año que le gusta visitar Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Vacaciones(Agosto)	72	18,8
	Fin de semana	300	78,1
	Días Festivos	12	3,1
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 3 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

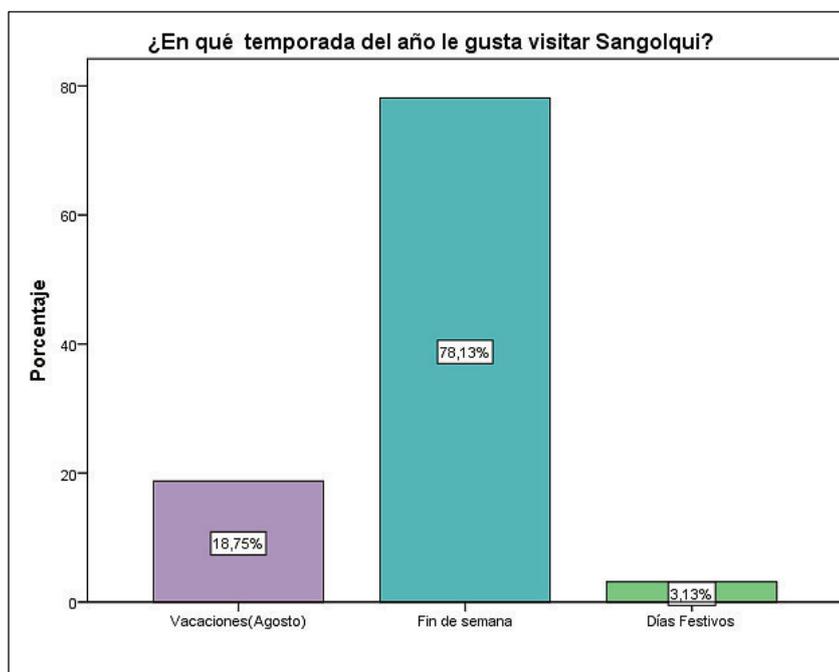


Figura 51. Temporada del año que le gusta visitar Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 3 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los resultados el 78,1% de los turistas van a la parroquia de Sangolquí, los fines de semana, es así que el 18,8% visitan en las vacaciones y el 3,1% en los días festivos. Esto muestra que esta parroquia es visitada con frecuencia por su proximidad a la ciudad de Quito.

4. ¿Qué le motivó a visitar Sangolquí?

Cuadro 29

Motivación para visitar Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Comercio	41	10,7
	Trabajo	38	9,9
	Turismo	305	79,4
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 4 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

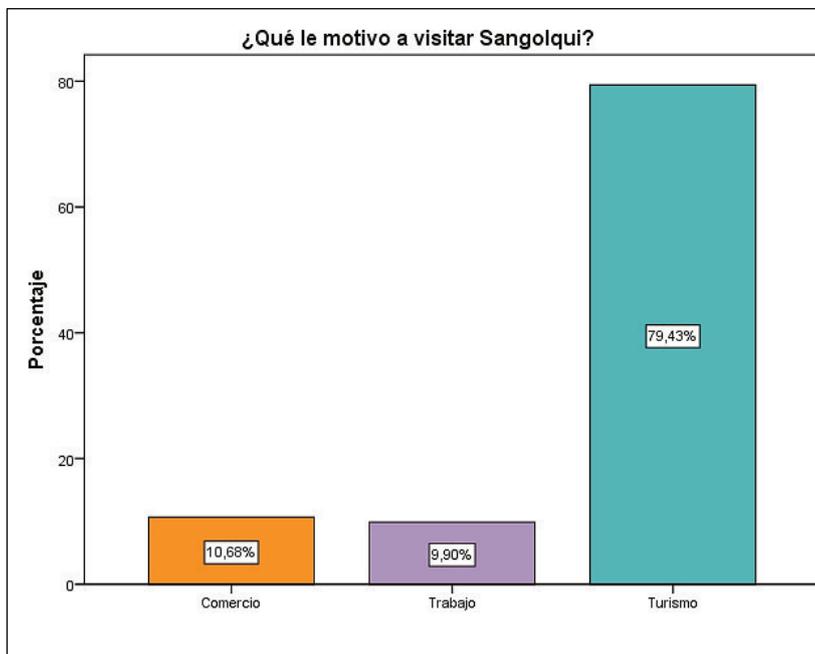


Figura 52. Motivación para visitar Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 4 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: La mayor parte de los encuestados manifestó que la motivación para visitar Sangolquí es el turismo, seguido es el comercio y por último el trabajo. Esto demuestra que los encuestados visitan Sangolquí por turismo, en su mayoría puesto que es sitio óptimo de disfrute y relajación.

5. Al visitar a Sangolquí por turismo ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?

Cuadro 30

Tipos de turismo

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Turismo de Naturaleza	196	51,0
Turismo de Aventura (Deportes)	52	13,5
Turismo Cultural	48	12,5
Turismo Gastronómico	88	22,9
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 5 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

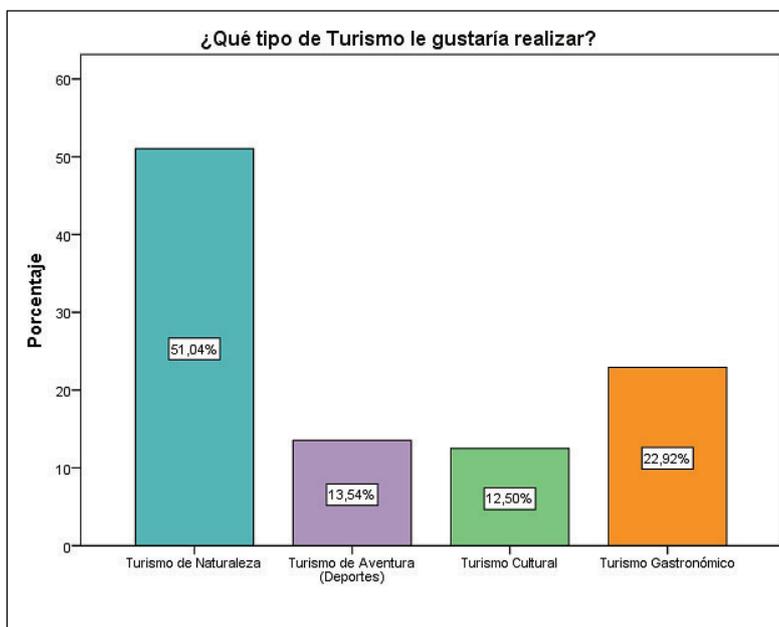


Figura 53. Tipos de turismo

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 5 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Los datos demuestran que el 51 % prefieren practicar o realizar el turismo de naturaleza, el 22,9% gustan del turismo gastronómico, el 13,5% del turismo de aventura y el 12,5% el turismo cultural, esto direcciona que la gente disfruta de las actividades al aire libre y en contacto con lo natural.

6. ¿Cuándo realiza turismo en la parroquia Sangolquí de qué manera lo realiza?

Cuadro 31

Formas de realizar turismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Solo	44	11,5
	En pareja	115	29,9
	Grupos de amigos	93	24,2
	Grupo familiar	132	34,4
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 6 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

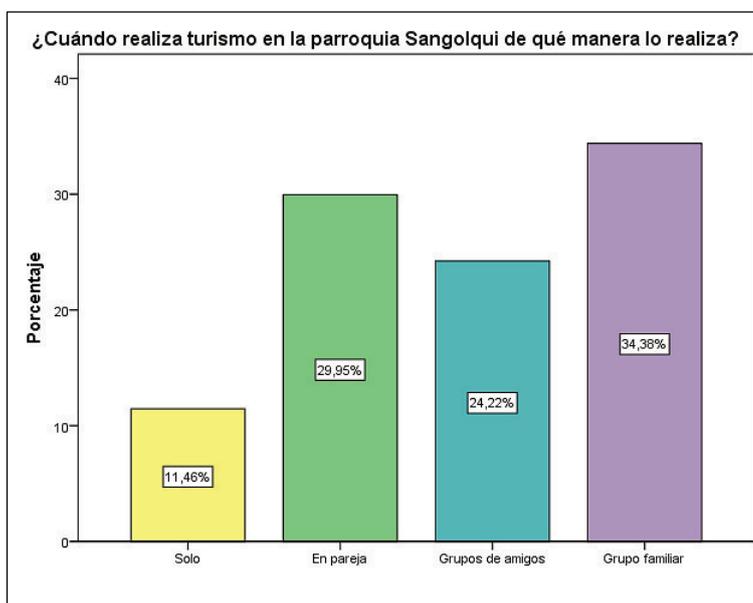


Figura 54. Formas de realizar turismo

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 6 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: La mayor parte de los encuestados mencionaron que al momento de realizar turismo prefieren hacerlo en grupo familiar, luego en pareja, seguido grupo de amigos y una mínima parte solos; este fenómeno se da porque Sangolquí es un destino para realizar actividades en compañía de una o varias personas, para de ese modo disfrutar de mejor manera el destino.

7. ¿Qué lugares turísticos le gustaría visitar de Sangolquí?

Cuadro 32

Lugares turísticos de Sangolquí

Lugares turísticos de Sangolquí	Frecuencia	Porcentaje
Válido Iglesia San Juan Bautista de Sangolqui	20	5,2
Hacienda Molinuco	106	27,6
Gran Cascada del Río Pita	101	26,3
Centro Histórico de Sangolqui	10	2,6
Av. General Enríquez (Hornada, fritada)	79	20,6
Fiestas del Maíz y del Turismo	36	9,4
Monumentos (Choclo/Colibrí)	32	8,3
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 7 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

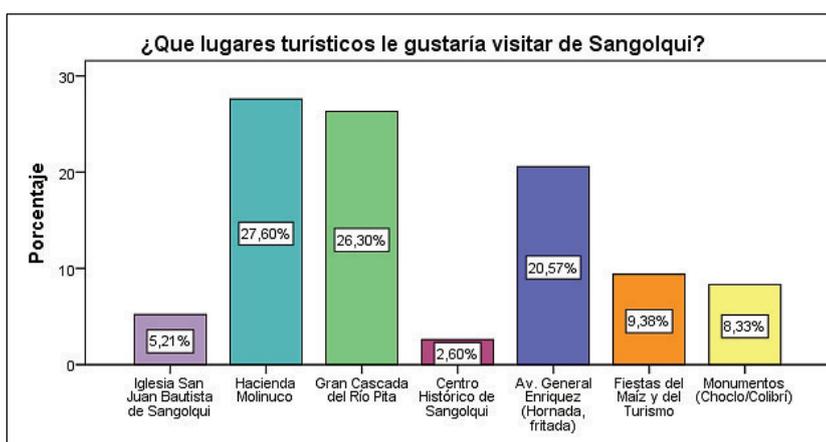


Figura 55. Lugares turísticos de Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 7 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los encuestados los lugares que les gustaría visitar son la hacienda Moniluco, la Gran Cascada del Río Pita y Av. General Enríquez (hornados). En menor cantidad mencionaron la Fiesta del Maíz y del Turismo, los Monumentos del Colibrí y del Choclo, en general los turistas se inclinan por la naturaleza y la gastronomía, en su mayoría, puesto que estas actividades son primordiales en desarrollarse en esta parroquia.

8. ¿Cuántos días le gustaría permanecer en Sangolquí para realizar turismo?

Cuadro 33

Número de días que un turista permanece en la parroquia de Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1	12	3,1
	2	142	37,0
	3	210	54,7
	4	12	3,1
	5	6	1,6
	Más de 5	2	,5
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 8 (2014)
Elaborado por: Estefanía Altamirano

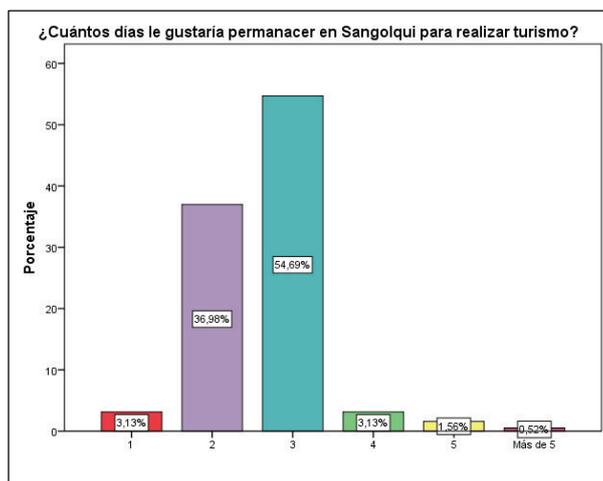


Figura 56. Número de días que un turista permanece en la parroquia de Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 8 (2014)
Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los datos de la encuesta, la mayoría de las personas se quedan de 2 a 3 días en Sangolquí, esto muestra que los visitantes gustan de pernoctar en la parroquia además de disfrutar de sus atractivos en todo su esplendor.

9. Cuando se queda más de dos días ¿Qué tipo de alojamiento utilizó la última vez en Sangolquí?

Cuadro 34

Tipo de alojamiento que utilizó la última vez

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Hostal	12	3,1
Hotel	82	21,4
Hostería	250	65,1
Camping	23	6,0
Casa propia	17	4,4
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 9 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

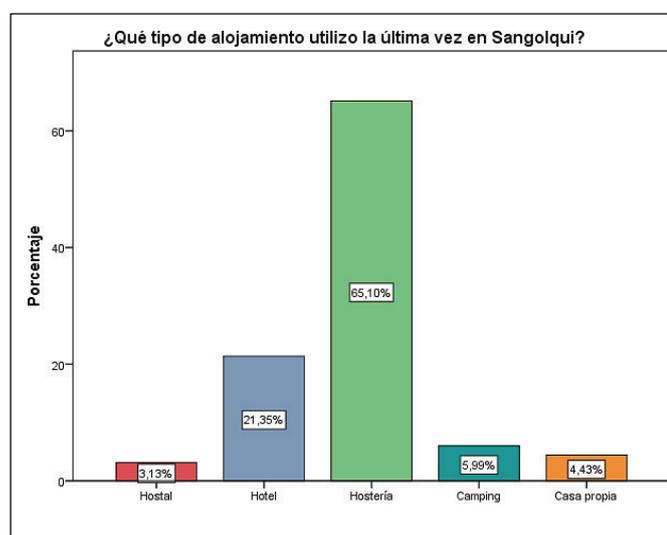


Figura 57. Tipo de alojamiento que utilizó la última vez

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 9 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 65,1 % de los encuestados respondió que la última vez utilizó una hostería como sitio de hospedaje, el 21,4 % un hotel, y la minoría el 6 % camping, 4,4 % en casa propia y el 3,1 % en un hostel. Lo que muestra la competitividad de la hostería como lugar de alojamiento.

10. ¿Cuánto dinero ha pagado diariamente por una persona en alojamiento?

Cuadro 35

Pago de alojamiento por persona diariamente

	Frecuencia	Porcentaje
Válido 1-10	66	17,2
11-20	285	74,2
21-30	32	8,3
51-60	1	,3
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 10 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

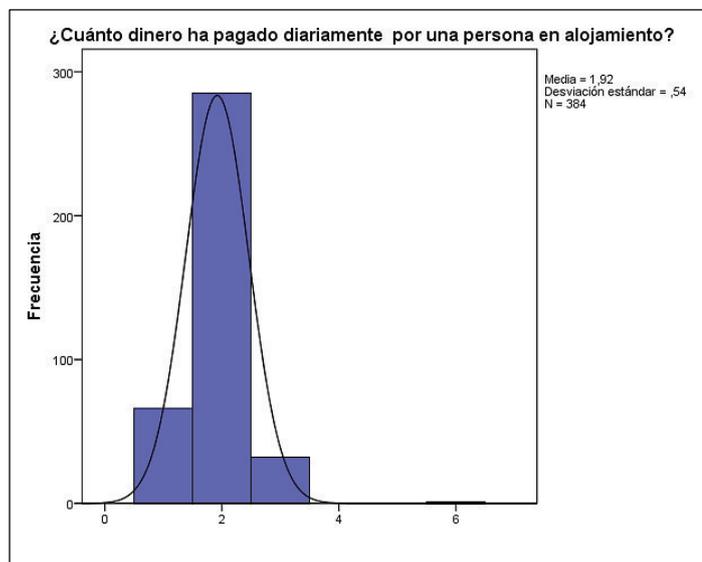


Figura 58. Pago de alojamiento por persona diariamente

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 10 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 74,2 % está dispuesto a pagar por persona de \$11 a \$20 diariamente por alojamiento, este valor es relativamente módico para el sector donde se desarrolla la actividad turística.

11. ¿En sus visitas cuántas comidas ha consumido?

Cuadro 36

Número de comidas consume el turista en su visita

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1	19	4,9
	2	328	85,4
	3	36	9,4
	4	1	,3
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 11 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

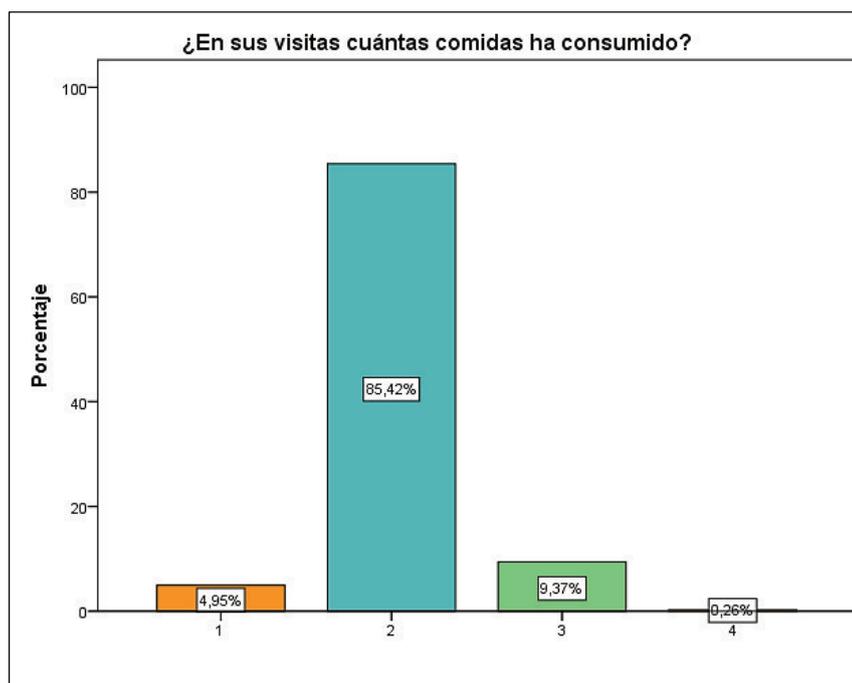


Figura 59. Número de comidas consume el turista en su visita

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 11 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los datos obtenidos el 85,4 %, de los encuestados consumen 2 comidas durante sus visitas, un 9,4%, 3 comidas; 4,9% 1 comida; y el 0,3% se sirve 4 comidas. Lo que muestra que los turistas frecuentemente consumen dos comidas diarias sean las dos primeras o las dos últimas de la dieta normal.

12. ¿Cuánto dinero ha pagado por alimentación por una persona? (Tres comidas)

Cuadro 37

Pago por Alimentación diaria por persona

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	15-24	151	39,3
	25-34	202	52,6
	35-44	18	4,7
	45-54	13	3,4
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 12 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

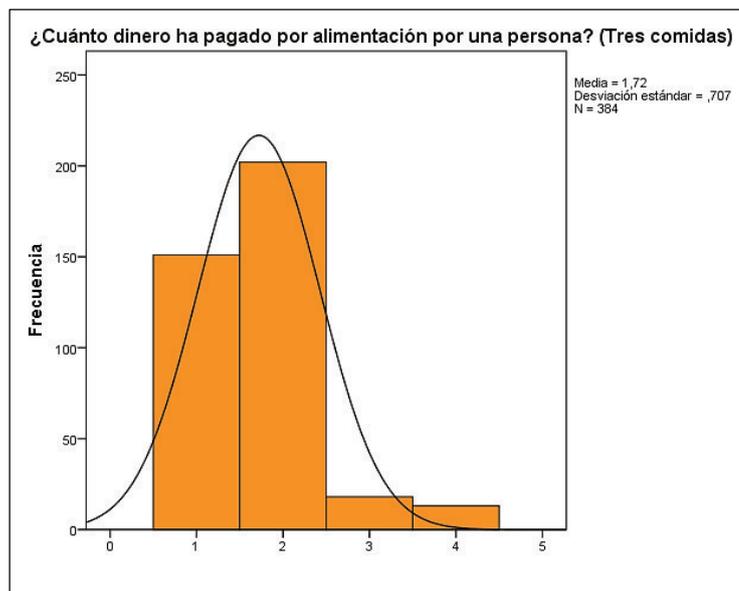


Figura 60. Pago de alimentación por persona diariamente

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 12 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los datos recolectados la gran mayoría han pagado diariamente por tres comidas de una persona entre \$25 - \$34, esto se da porque el sector se presta para ofertar comida típica para que el visitante disfrute de ella que son precios relativamente competitivos.

13. ¿Qué tipo de transporte utiliza para llegar a la parroquia Sangolquí?

Cuadro 38

Tipo de transporte que usa el turista para ir a Sangolquí

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Transporte Público	137	35,7
Auto propio	229	59,6
Taxi	18	4,7
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 16 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

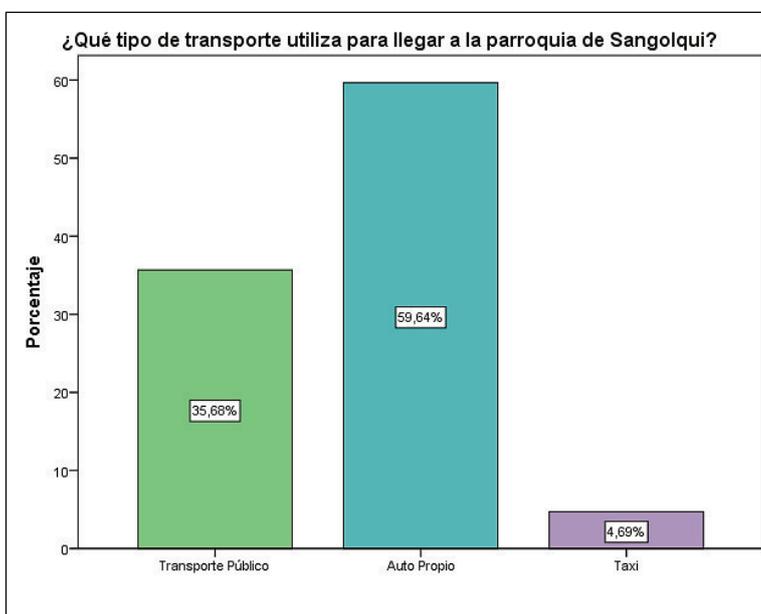


Figura 61. Tipo de transporte que usa el turista para ir Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 13 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 59,6% se traslada en auto propio; el 35,7% en transporte público y el 4,7% en taxi, es así que los turistas le toman la mejor opción ir en transporte propio, por comodidad y por costos.

14. ¿Cuánto dinero ha pagado por transporte diario por persona por el servicio de transporte?

Cuadro 39

Pago diario de un turista por el servicio de transporte

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	1-5	166	43,2
	6-10	202	52,6
	11-15	16	4,2
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 14 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

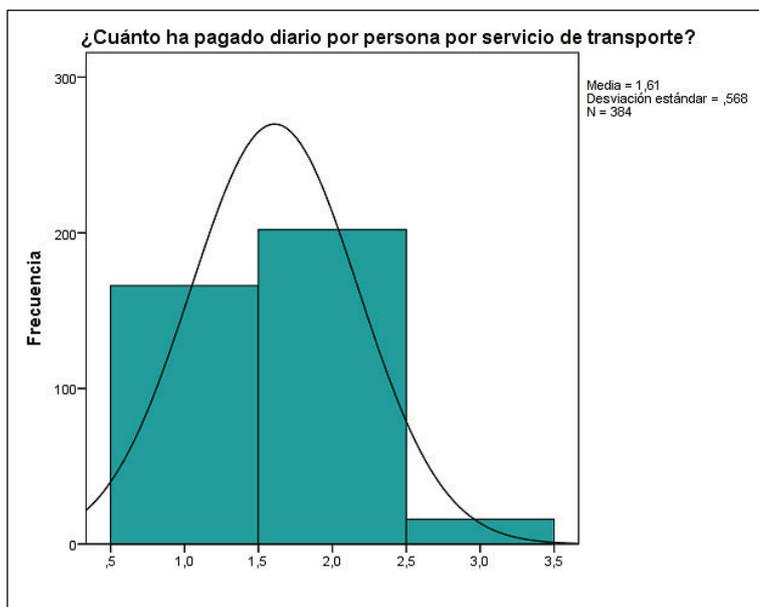


Figura 62. Pago diario de un turista por el servicio de transporte

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 14 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: El 52,6 % que corresponde a la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar diariamente por una persona de servicio de transporte de \$6 a \$10. Esto quiere decir que los turistas buscan un servicio competitivo, que sea confortable y a costos módicos.

15. ¿Cuánto dinero ha pagado por persona por actividades recreativas diariamente?

Cuadro 40

Pago diario de un turista por actividades recreativas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	0-10	256	66,7
	11-20	95	24,7
	21-30	30	7,8
	Tota	384	100,0
	I		

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 15 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

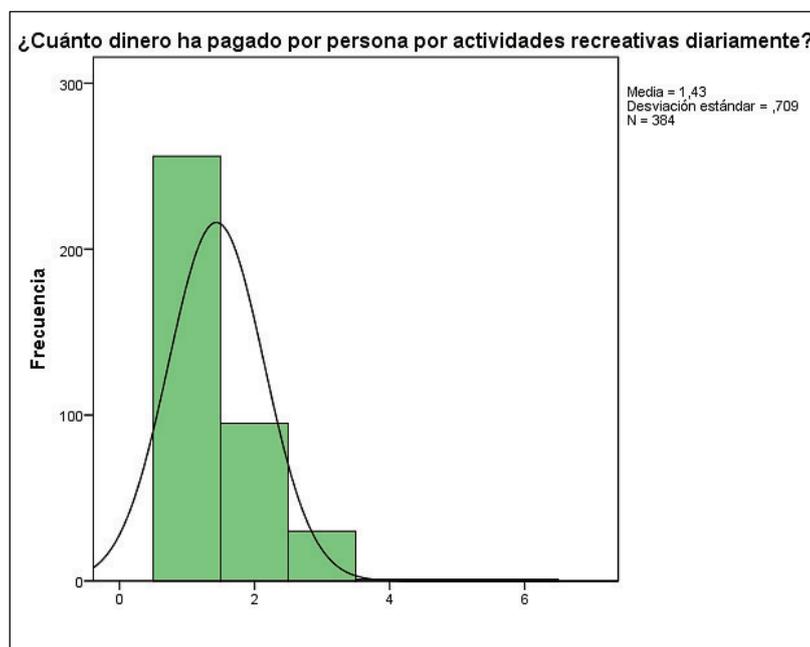


Figura 63. Pago diario de un turista por actividades recreativas

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 15 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los datos recolectados la mayor parte de los encuestados han pagado por persona de \$1 a 20 por actividades recreativas diariamente, esto significa que los visitantes están dispuestos a experimentar cosas nuevas dentro del ámbito turístico.

16. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se difundiera el turismo del parroquia Sangolquí?

Cuadro 41

Publicidad de Sangolquí

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Televisión/Radio	125	32,6
Revistas/Periódicos	137	35,7
Vallas publicitarias	55	14,3
Hojas volantes	44	11,5
Agencias de viajes	14	3,6
Redes sociales	5	1,3
Páginas web	4	1,0
Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 16 (2014)
Elaborado por: Estefanía Altamirano

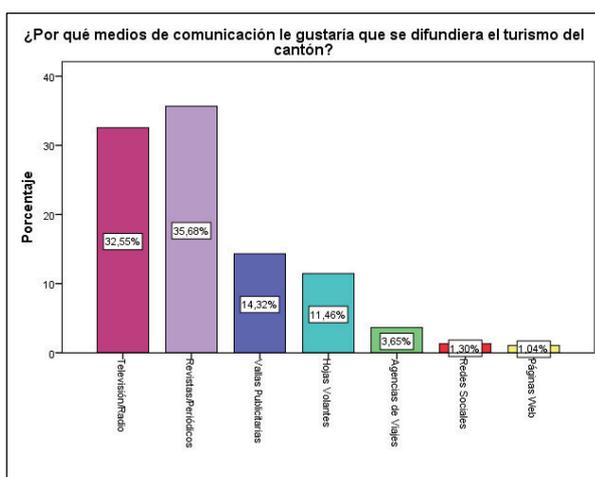


Figura 64. Publicidad de Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 16 (2014)
Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Según los encuestados les gustaría que el turismo de la parroquia Sangolquí se difundiera en revistas, periódicos, televisión, radio y vallas publicitarias. Una minoría menciona a las agencias de viajes, redes sociales y páginas web, puesto que no tienen mucha accesibilidad a estas.

17. ¿Qué calificación daría usted a la información y señalización turística de la parroquia Sangolquí?

Cuadro 42

Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Excelente	121	31,5
	Buena	147	38,3
	Mala	108	28,1
	Regular	8	2,1
	Total	384	100,0

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 17 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

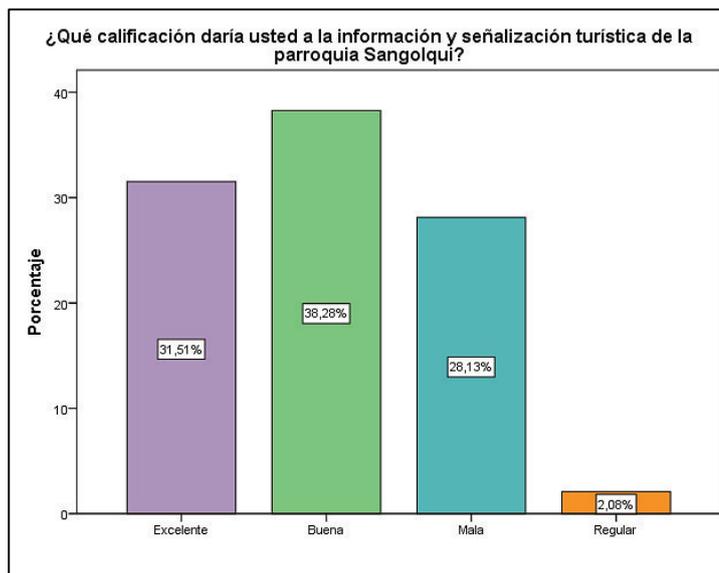


Figura 65. Información y señalización turística de la parroquia Sangolquí

Fuente: Encuesta de Turistas- Pregunta No 17 (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

INTERPRETACIÓN: Los encuestados en su mayoría indican que la señalización e información turística de Sangolquí es relativamente buena, porque son accesibles de encontrar y dirigirse hacia ellos.

3.1.4. DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL CLIENTE

Género	Masculino – Femenino
Edad	25 y 34 años de edad
Instrucción Educativa	Secundaria
Frecuencia de visita a Sangolquí	3 a 4 veces al mes
Forma de realizar turismo	En familia, pareja y grupo de amigos
Pago por persona en alojamiento	11 a 20 dólares
Pago por persona en alimentación (3 comidas)	25 a 34 dólares
Pago por persona por transporte	6 a 10 dólares
Tipo de turismo	Turismo de naturaleza y turismo gastronómico

Figura 66. Perfil del cliente

Fuente: Encuesta de Turistas (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Según los datos recolectados que ha podido determinar el perfil del turista que visita Sangolquí; sus características principales son que pueden ser de los dos géneros con una edad que comprende de 25 a 34 años de edad, cursados la secundaria.

Del mismo modo se puede indicar que visitan Sangolquí de 3 a 4 veces al mes por la cercanía a Quito, su forma de realizar turismo lo prefieren en pareja, amigos y familia; los tipos de turismo que les llama la atención son el turismo de naturaleza y gastronómico; de igual manera en temas económicos el turista está de acuerdo en pagar de 11 a 20 dólares por alojamiento, de 25 a 34 dólares por alimentación y de 6 a 10 por transporte.; todos estos costos son por persona.

4. CAPITULO IV PROPUESTA

Es fundamental mencionar que las estrategias planteadas salen de una necesidad de fomentar la actividad turística en la parroquia Sangolquí, y es por eso que concuerdan en diferentes aspectos de desarrollo como: educación turística, promoción y difusión del sector.

ESTRATEGIAS	FINALIDAD
<p>Manejar el inventario de los atractivos turísticos de la parroquia Sangolquí que se encuentran inventariados en el Ministerio de Turismo; y en función de estos realizar campañas de publicidad</p> <p>Turística</p>	<p>Que se difundan los atractivos turísticos de Sangolquí mediante el inventario existente del Ministerio de Turismo, a través de la publicidad y promoción.</p>
<p>Diseñar campañas de publicidad turística de Sangolquí, con la finalidad de dar a conocer a nivel nacional este sector.</p>	<p>Posicionar a Sangolquí a través de diferentes medios promotores y publicitarios para que el número de visitantes aumente.</p>
<p>Ejecutar talleres de capacitación a los prestadores de servicios turísticos, de la parroquia Sangolquí</p>	<p>Que la parroquia cuente con un porcentaje representativo de prestadores de servicios turísticos calificados mediante talleres de capacitación para satisfacer las necesidades de los turistas.</p>

Figura 67. Estrategias de marketing

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.1. MANEJO DEL INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SANGOLQUÌ.

El inventario de atractivos turísticos de la parroquia juega un papel importante ya que servirá de apoyo para la elaboración de estos productos, además se debe conocer el flujo de visitas a cada uno de los atractivos para saber cuáles son los sitios que más atraen a los turistas.

A continuación se presenta los atractivos turísticos según su jerarquía dada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui y reafirmada por el Ministerio de Turismo, estos en función al cantón Rumiñahui.

Inventario de los Atractivos Turísticos de la parroquia Sangolquí

Nombre del atractivo:	PARQUE TURISMO
Categoría: SITIO CULTURAL	
Tipo: Obra de Ingeniería	Subtipo: Parque
	
UBICACIÓN	ACCESO
Provincia: Pichincha	Se encuentra ubicado en Av. Gral. Enríquez, Venezuela, Montufar y Sucre, en el Barrio El Turismo
Cantón: Rumiñahui	
Parroquia: Sangolquí	
Jerarquización: I	
Altitud: 2.498 msnm	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas 	
DESCRIPCIÓN	
<p>En este parque encontramos el monumento al tiempo creado por el escultor ecuatoriano Francisco Proaño. Este monumento representa un calendario solar, mediante el cual nuestros antepasados conocían los tiempos de siembra, de cosecha, los solsticios y los equinoccios. Debajo del monumento se encuentra la CHAKANA, que significa puente o escalera, que permitía al hombre andino mantener latente su unión al cosmos.</p>	
OBSERVACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Horarios de entrada: Permanente • Precio: Entrada libre • Época de visita: Todo el año 	

Figura 68. Atractivo N° 1

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	PARQUE JUAN DE SALINAS
Categoría: SITIO CULTURAL	
Tipo: Obra de Ingeniería	Subtipo: Parque
	
UBICACIÓN	ACCESO
Provincia: Pichincha	Se encuentra ubicado en el Barrio Central, Bolívar y Juan Montalvo; Junto a la Iglesia Matriz San Juan Bautista de Sangolquí
Cantón: Rumiñahui	
Parroquia: Sangolquí	
Jerarquización: I	
Altitud: 2.510 msnm	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas 	
DESCRIPCIÓN	
<p>En este parque encontramos el monumento al tiempo creado por el escultor ecuatoriano Francisco Proaño. Este monumento representa un calendario solar, mediante el cual nuestros antepasados conocían los tiempos de siembra, de cosecha, los solsticios y los equinoccios. Debajo del monumento se encuentra la CHAKANA, que significa puente o escalera, que permitía al hombre andino mantener latente su unión al cosmos.</p>	
OBSERVACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Horarios de entrada: Permanente • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 	

Figura 69. Atractivo N° 2

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	IGLESIA SAN JUAN BAUTISTA DE SANGOLQUÍ	
Categoría:	SITIO CULTURAL	
Tipo:	Lugar Histórico	Subtipo: Arquitectura religiosa
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia: Pichincha		Se encuentra ubicado en la parte central de la parroquia en las Calles Mercado No. 26 -65 y Eloy Alfaro
Cantón: Rumiñahui		
Parroquia: Sangolquí		
Jerarquización: I		
Altitud: 2.512 msnm		
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía 		
DESCRIPCIÓN		
<p>Iglesia con entorno arquitectónico Ecléctico, donde se conservan varios conjuntos de arquitectura popular tradicional, asentados especialmente en los lados del parque central y en la calle Sebastián de Benalcazar. Su entorno fue objeto para la delimitación y declaratoria de Patrimonio Cultural de la Nación por parte del Instituto de Patrimonio Cultural. El origen de la Iglesia es Prehispánico y colonial, está protegida por Ordenanza Municipal, ya que está ubicada en el Centro Histórico del cantón.</p>		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Horarios de entrada: Según los horarios de misa diaria y dominical • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 		

Figura 70. Atractivo N° 3

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	IGLESIA SAN JUAN BAUTISTA DE SANGOLQUÍ	
Categoría:	SITIO CULTURAL	
Tipo:	Lugar Histórico	Subtipo: Arquitectura religiosa
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia:	Pichincha	
Cantón:	Rumiñahui	Se encuentra ubicado en la parte central de la parroquia en las Calles Mercado y Eloy Alfaro
Parroquia:	Sangolquí	
Jerarquización:	I	
Altitud:	2.511 msnm	
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía 		
DESCRIPCIÓN		
Constituye una pequeña capilla edificada hace dos siglos en la que se guarda arte religioso.		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 		

Figura 71. Atractivo N° 4

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	CENTRO CULTURAL VILLA CARMEN	
Categoría:	SITIO CULTURAL	
Tipo:	Lugar Histórico	Subtipo: Arquitectura Histórica
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia: Pichincha		Se encuentra ubicado en la parte central de la parroquia en las Calles Montufar y España, frente al Municipio.
Cantón: Rumiñahui		
Parroquia: Sangolquí		
Jerarquización: I		
Altitud: 2.513 msnm		
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Capacitaciones 		
DESCRIPCIÓN		
Constituye una pequeña capilla edificada hace dos siglos en la que se guarda arte religioso.		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 		

Figura 72. Atractivo N° 5

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	MONUMENTO EL CHOCLO	
Categoría:	SITIO CULTURAL	
Tipo:	Obra Técnica	Subtipo: Arte Decorativa
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia: Pichincha Cantón: Rumiñahui Parroquia: Sangolquí Jerarquización: I Altitud: 2.510 msnm		Se encuentra ubicado en el sector San Sebastián, en las Calles Luis Cordero y Calderón.
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía 		
DESCRIPCIÓN		
<p>Es una reproducción de la obra del pintor y escultor Gonzalo Endara Crow como un homenaje a la tradición agrícola del cantón, fue realizado en 1989 y sirve como un punto de ubicación para los transeúntes de Sangolquí, unos de los problemas de este monumento es el excesivo tráfico que no permite apreciar adecuadamente este arte, además que el entorno del monumento no tiene una planificación adecuada y se muestra desordenado.</p>		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 		

Figura 73. Atractivo N° 6

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	MONUMENTO EL COLIBRÍ	
Categoría:	SITIO CULTURAL	
Tipo:	Obra Técnica	Subtipo: Arte Decorativa
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia:	Pichincha	
Cantón:	Rumiñahui	
Parroquia:	Sangolquí	
Jerarquización:	I	
Altitud:	2.522 msnm	
<p>Se encuentra ubicado en el sector San Sebastián, en las Calles Luis Cordero y Calderón.</p>		
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía 		
DESCRIPCIÓN		
<p>El pequeño Colibrí refleja en su plumaje toda la riqueza de las regiones andinas. Viste su cuerpo con tonos multicolores el verde que refleja la constante renovación de la madre naturaleza, el color negro que retrata a la tierra, la solemnidad del sol que se refleja en el amarillo, anaranjado y el oro, el gran símbolo de lucha, esfuerzo, guerra y sangre y con el azul oscuro, energía y salud. Realizado en el año de 1989 por el escultor y pintor Gonzalo Endara Crow y sirve como punto de ubicación para los Sangolquí leños.</p>		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: Permanente • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 		

Figura 74. Atractivo N° 7

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	PARQUE ECOLÓGICO SANTA CLARA	
Categoría:	SITIO NATURAL	
Tipo:	Río	Subtipo: Obra de Ingeniería
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia: Pichincha		
Cantón: Rumiñahui		Se encuentra ubicado por la calle Luis Cordero.
Parroquia: Sangolquí		
Jerarquización: I		
Altitud: 2.503 msnm		
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas 		
DESCRIPCIÓN		
<p>Es un atractivo turístico donde la juventud acude para recrearse. Este parque está junto a la rivera del Río Santa Clara. Constituye el área verde más extensa de la zona urbana, sin embargo no tiene un buen mantenimiento, los entrenadores de perros se han tomado este lugar para sus actividades y no es posible la libre circulación ni utilización.</p>		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: Permanente • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 		

Figura 75. Atractivo N° 8

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

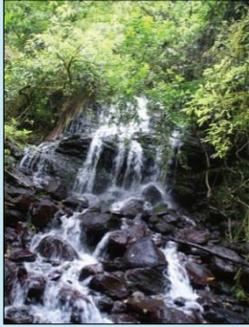
Nombre del atractivo:	CASCADA DE PINLLOCOTO	
Categoría:	SITIO NATURAL	
Tipo:	Ríos	Subtipo: Cascada
		
	UBICACIÓN	ACCESO
Provincia:	Pichincha	
Cantón:	Rumiñahui	Se encuentra ubicado por el Sector San Fernando.
Parroquia:	Sangolquí	
Jerarquización:	I	
Altitud:		
	ACTIVIDADES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Pesca deportiva • Escalada • Caminata • Camping 	
	DESCRIPCIÓN	
	<p>La cascada de Pinllocoto es una caída de agua natural del río Santa Clara, está ubicada en el sector de San Fernando y tiene algunos otros sitios turísticos adicionales, entre ellos el sitio pesca deportiva El Paraíso que tiene como principal atracción la pesca de truchas, además de escalada deportiva.</p>	
	OBSERVACIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: Abierto • Precio: Ninguno • Época de visita: Todo el año 	

Figura 76. Atractivo Nº 9

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	FIESTA DE LA COSECHA
Categoría:	ATRACTIVO CULTURAL
Tipo:	Folclore
	Subtipo: Música y Danza
	
UBICACIÓN	ACCESO
Provincia:	Pichincha
Cantón:	Rumiñahui
Parroquia:	Sangolquí
Jerarquización:	I
Altitud:	
Se encuentra ubicado por el centro de Sangolquí	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Fotografía 	
DESCRIPCIÓN	
<p>Se la festeja en homenaje a la producción agrícola. En épocas anteriores el cantón Rumiñahui tenía una alta producción de maíz. Es una remembranza a la cosecha del maíz producto ancestral en el cantón donde se busca plasmar y dar a conocer esa identidad cultural. Es un desfile de danza, cultura, folklore, reinas y música, este desfile se realiza por la avenida General Enríquez, Centro Histórico, avenida Calderón terminando en el monumento al choclo. Esta fiesta es organizada por el I. Municipio de Rumiñahui.</p>	
OBSERVACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: 7am a 2pm • Precio: Ninguno • Época de visita: 1 al 8 de septiembre 	

Figura 77. Atractivo Nº 10

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	TOROS POPULARES
Categoría: ATRACTIVO CULTURAL	
Tipo: Recreativo	Subtipo: Fiestas populares
	
UBICACIÓN	ACCESO
Provincia: Pichincha	Se encuentra ubicado por el sector San Sebastián, en la Av. Juan de Salinas.
Cantón: Rumiñahui	
Parroquia: Sangolquí	
Jerarquización: I	
Altitud: 2.510 msnm	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Fotografía 	
DESCRIPCIÓN	
<p>Son característicos de las fiestas populares de cantonización y de fundación. Se realiza el día sábado, domingo, lunes y martes, son toros populares toreados por el público o aficionados que se animen a realizar la faena, el municipio contrata 4 ganaderías una por día para alegrar la fiesta. Hay concursos de colchas, dona de potros y concurso del lazo.</p>	
OBSERVACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: 14 p.m. a 18 p.m. • Precio: 5 USD • Época de visita: 5 al 8 de septiembre 	

Figura 78. Atractivo N° 11

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	GRAN CASCADA DEL RÍO PITA	
Categoría:	SITIO NATURAL	
Tipo:	Ríos	Subtipo: Cascada
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia: Pichincha Cantón: Rumiñahui Parroquia: Sangolquí Jerarquización: I Altitud: 2.860 msnm		
		Se encuentra ubicado por el sector Loreto.
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Camping • Pesca deportiva 		
DESCRIPCIÓN		
<p>Las actividades inician con una charla de inducción en la que se presentan las alternativas de distracción para los visitantes. EL lugar cuenta con tres actividades o circuitos denominadas aventuras. La Gran Cascada tiene una caída de 50 metros de altura y hay la posibilidad de pasar por atrás de esta caída de agua. Adicionalmente al recorrido de los senderos es posible realizar pesca deportiva y la posibilidad de realizar rapel en tres pistas diseñadas para el efecto.</p>		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: 7a.m. a 17 p.m. • Precio: 2 USD adultos, 1 USD niños • Época de visita: 5 al 8 de septiembre 		

Figura 79. Atractivo N° 12

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	HACIENDA MONILUCO
Categoría: SITIO NATURAL	
Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
	
UBICACIÓN	ACCESO
Provincia: Pichincha	Se encuentra ubicado por el sector Loreto, zona Moniluco.
Cantón: Rumiñahui	
Parroquia: Sangolquí	
Jerarquización: I	
Altitud: 3.000 msnm	
ACTIVIDADES	
-Caminata -Pesca deportiva -Camping -Hospedaje -Cabalgatas	
DESCRIPCIÓN	
<p>Es una hacienda de paraje natural y de incomparable belleza que comprende 60 hectáreas de bosques de eucalipto, alisos, ciprés, pinos, rodeados de cascadas, chorreras y vertientes. Aproximadamente 20 hectáreas corresponden a vegetación nativa, bosque primario y leve intervención. Se realizan caminatas por senderos ecológicos, paseos a caballo, pesca deportiva, ciclismo de montaña, puede realizar un paseo por el mirador de los volcanes ubicado a 3600 msnm desde donde se tiene una vista privilegiada de los volcanes y nevados como el Pichincha, Cotopaxi, Antisana, entre otros.</p>	
OBSERVACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: 8a.m - 8p.m • Precio: USD 1,50 centavos • Época de visita: Todo el año 	

Figura 80. Atractivo N° 13

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	RESERVA ECOLÓGICA CASCADA DE RUMIBOSQUE
Categoría: SITIO NATURAL	
Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
	
UBICACIÓN	ACCESO
Provincia: Pichincha Cantón: Rumiñahui Parroquia: Sangolquí Jerarquización: I Altitud: 2.723 msnm	
ACTIVIDADES	
-Camping -Cabalgata -Rapel -Tubing	
DESCRIPCIÓN	
<p>Esta Reserva Ecológica se ubica a una altitud de 2.850 msnm en dirección sur oriental. Pertenece a la cuenca del río Pita y se localiza en un encañonado natural producto de los flujos del Cotopaxi. El lugar corresponde a un mirador natural. La aventura en Rumibosque inicia con una caminata de 1 kilómetro hasta la parte alta del encañonado, previo a lo cual se realiza una charla de inducción en la que se explican los distintos atractivos existentes en el recorrido.</p>	
OBSERVACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: 7 a.m. a 18 p.m. • Precio: 2 USD adultos / 1 USD niños • Época de visita: Todo el año 	

Figura 81. Atractivo N° 14

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Nombre del atractivo:	COMPLEJO LA MONTAÑITA DE SANTA ROSA	
Categoría:	SITIO CULTURAL	
Tipo:	Obra de Ingeniería	Subtipo: Recreacional
		
UBICACIÓN		ACCESO
Provincia:	Pichincha	
Cantón:	Rumiñahui	
Parroquia:	Sangolquí	
Jerarquización:	I	
Altitud:	2.974 msnm	
Se encuentra ubicado por el sector Loreto, zona Santa Rosa.		
ACTIVIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Pesca deportiva • Caminata • Piscina • Deportes 		
DESCRIPCIÓN		
<p>Este lugar fue abierto hace aproximadamente ocho meses. Dispone de canchas de indor fútbol, voley, así como una piscina temperada para adultos y una para niños. Las piscinas son cubiertas. Además, existe la posibilidad de realizar pesca deportiva, cuyo costo es de 1,50 USD por trucha y la preparación de cada plato tiene un costo de 3 USD. Es posible realizar caminatas cortas por pequeños senderos en donde se puede atravesar por bosques con un recorrido de 15 minutos.</p>		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Horario de ingreso: 8 a.m. - 6 p.m. • Precio: 3 USD mayores / 1,50 USD niños • Época de visita: Todo el año 		

Figura 82. Atractivo N° 15

Fuente: Dirección de Turismo - Inventario de los atractivos turísticos de Rumiñahui (2010)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.2. PAQUETES TURÍSTICOS
Paquete Turístico N°1
TOUR “SANGOLQUI EN SU ESPLENDOR”
Duración: 2 DÍAS -1 NOCHES (2D/1N)

HORA	ACTIVIDADES
09:00-15:00	Visita al Antisana (Box lunch)
15:00-16:00	Almuerzo en los pollos al tanque
16:00-17:30	City tour en Sangolquí
18:00-19:00	Check in en la hostería Sommergarden
19:00-20:00	Cena
20:30-22:30	City by night
23:00	Fin del día

Figura 83. Itinerario Día No 1- Tour “Sangolquí en su esplendor”

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

HORA	ACTIVIDADES
08:30-09:30	Desayuno
10:00-14:30	Visita al Molinuco (Mini box lunch)
15:20-16:30	Almuerzo en los hornados Don Dieguito
17:30-18:30	Visita a las artesanías
19:00	Fin del tour

Figura 84. Itinerario Día No 2- Tour “Sangolquí en su esplendor”

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Cuadro 43**Costos por turista- Tour “Sangolquí en su esplendor”**

SERVICIO	VALORES
HOSPEDAJE	36,60
Hostería Sommergarden	
ALIMENTACIÓN	
Día 1	5,60
Almuerzo	
Cena	9,50
Box lunch	4,88
Día 2	5,60
Desayuno	
Almuerzo	3,36
Box lunch	4,88
TRANSPORTE	
\$ 100 diarios	100,00
RECREACIÓN	
Día 2	5,00
Molinuco	
City by night	10,00
GUÍAS (\$33,60)	67,20
IMPREVISTOS	10,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5,00
SUBTOTAL	267,74
UTILIDAD (15%)	40,14
TOTAL	307,76
PVP	\$310

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

COSTO: 310.00 USD por pasajero

Tour incluye:

- ✓ Transporte turístico
- ✓ Alojamiento
- ✓ Alimentación
- ✓ Guía
- ✓ Actividades Recreativas

Tour no incluye:

- ✓ Bebidas alcohólicas y lo que no se especifica en el itinerario.

Qué llevar:

- ✓ Zapatos deportivos cómodos
- ✓ Ropa ligera pero abrigada
- ✓ Gorra
- ✓ Bloqueador solar
- ✓ Cámara fotográfica – filmadora
- ✓ Chompa impermeable de preferencia

Condiciones generales:

El pasajero debe presentarse 30 minutos antes del tour, en caso de fuerza mayor el paquete puede ser transferido a otra persona o para otra fecha que desee el pasajero.

SANGOLQUÍ EN SU ESPLENDOR






\$ 310

2 DÍAS/ 1 NOCHE

LUGARES A VISITAR

- Monumentos del Colibri, y el choclo
- Parque Turismo
- Plaza Rumiñahui
- Capilla San Francisco
- Molinuco, entre otros.

Contacto:
 Estefanía Altamirano
 093 996 0217
 02 2763 855
estefy19lucero@hotmail.com




Figura 85. Boletín electrónico N° 1

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Este boletín será distribuido en la ciudad de Quito a empresas importantes como las aerolíneas, hoteles, hosterías, restaurantes, farmacéuticas, empresas comercializadoras, empresas petroleras, siempre buscando mercados nuevos que visiten este mágico lugar, que oferta varias actividades que se pueden realizar a lo largo de su territorio.

Paquete Turístico N°2
TOUR “SANGOLQUÍ NATURAL”
Duración: 2 DÍAS -1 NOCHES (2D/1N)

HORARIOS	ACTIVIDADES
09:00-14:00	Recorrido en las cascadas del río Pita
14:30-15:30	Almuerzo en los hornados Don Dieguito
16:00-17:00	City tour centro histórico de Sangolquí
17:00-18:00	Visita a las artesanías de plata y de madera
18:30-19:30	Check in en la hostería Samzara
20:00-21:00	Cena
21:30-22:30	City by night
23:00	Descanso

Figura 86. Itinerario Día No 1- Tour “Sangolquí natural”

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

HORARIOS	ACTIVIDADES
08:30-09:30	Desayuno
09:45-15:30	Recorrido en el Antisana
15:45-16:45	Almuerzo en pollos al tanque
17:00	Fin del tour

Figura 87. Itinerario Día No 2- Tour “Sangolquí natural”

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Cuadro 44**Tabla de costos por turista- Tour “Sangolquí natural”**

SERVICIO	VALORES
HOSPEDAJE	
Hostería Samzara	36,60
ALIMENTACIÓN	
Día 1	
Box lunch	4,88
Almuerzo	5,60
Cena	9,50
Día 2	
Desayuno	4,88
Almuerzo	5,60
Refrigerio	3,36
TRANSPORTE	
\$ 100 diarios	100,00
RECREACIÓN	
Día 2	
Gran Cascada del Río Pita	5,00
Artesanía	5,00
City by night	10,00
GUÍAS (\$33,60)	67,20
IMPREVISTOS	10,00
OTROS GASTOS	5,00
SUBTOTAL	272,62
UTILIDAD (15%)	40,89
TOTAL	313,51
PVP	\$320

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

COSTO: 320.00 USD por pasajero

Tour incluye:

- ✓ Transporte turístico
- ✓ Alojamiento
- ✓ Alimentación
- ✓ Guía
- ✓ Actividades Recreativas

Tour no incluye:

- ✓ Bebidas alcohólicas y lo que no se especifica en el itinerario.

Qué llevar:

- ✓ Zapatos deportivos cómodos
- ✓ Ropa ligera pero abrigada
- ✓ Gorra
- ✓ Bloqueador solar
- ✓ Cámara fotográfica – filmadora
- ✓ Chompa impermeable de preferencia

Condiciones generales:

El pasajero debe presentarse 30 minutos antes del tour, en caso de fuerza mayor el paquete puede ser transferido a otra persona o para otra fecha que desee el pasajero.

SANGOLQUÍ NATURAL

\$ 320

2 DÍAS/ 1 NOCHE

LUGARES A VISITAR

- Monumentos del Colibri, y el choco
- Parque Turismo
- Plaza Rumiñahui
- Capilla San Francisco
- Gran Cascada del Río Pita
- Complejo turístico La Montañita de Santa Rosa

Contacto:
 Estefanía Altamirano
 093 996 0217
 02 2763 855
 estefy19lucero@hotmail.com






Figura 88. Boletín electrónico N° 2

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Este boletín será distribuido en la ciudad de Quito a empresas importantes como las aerolíneas, hoteles, hosterías, restaurantes, farmacéuticas, empresas comercializadoras, empresas petroleras, siempre

buscando mercados nuevos que visiten este mágico lugar, que oferta varias actividades que se pueden realizar a lo largo de su territorio.

4.3 PÁGINA WEB TURÍSTICA DE SANGOLQUÍ

Características

- Fondo de pantalla consta la imagen del colibrí, ave representativa de la parroquia.
- En la parte superior se observa ocho nombres que dice: HISTORIA, UBICACIÓN GEOGRÁFICA, CULTURA, NATURALEZA, ARTESANÍAS, GASTRONOMÍA, FIESTAS TRADICIONALES, HOTELERÍA Y RESTAURANTES. En cada uno de los nombres mencionados anteriormente se desplegará los servicios e intereses de los turistas.
- La página web será <http://turismoensangolqui-com.webnode.es/>



Figura 89. Página web turística de la parroquia Sangolquí

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.4 DÍPTICO

Características

- Papel couche, color blanco de 104 g/m² de 14 x 19 cm.
- Impresión full color en el anverso y reverso
- En la página principal existe una foto del monumento del choclo, además de dar la bienvenida.
- En la parte del contenido consta información de naturaleza, cultura, gastronomía y fiestas tradicionales de la parroquia
- Sus colores son llamativos y fuertes.
- Estos dípticos serán distribuidos en la ciudad de Quito en hoteles, agencias de viaje, aeropuerto, ferias, entre otros sitios.



Figura 90. Diseño del anverso y reverso del díptico

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 91. Diseño del contenido de la parte interior del díptico

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.5 POSTALES

Características

- Impresión full color
- Tiene el logotipo de la parroquia.
- Tiene fotografías representativas de los lugares de Sangolquí
- Las postales son de papel reciclado natural de 90% de espesor de 13 x 8,5 cm
- Serán distribuidos en Sangolquí y Quito en los hoteles, aeropuerto, agencias de viajes, ferias, entre otros.

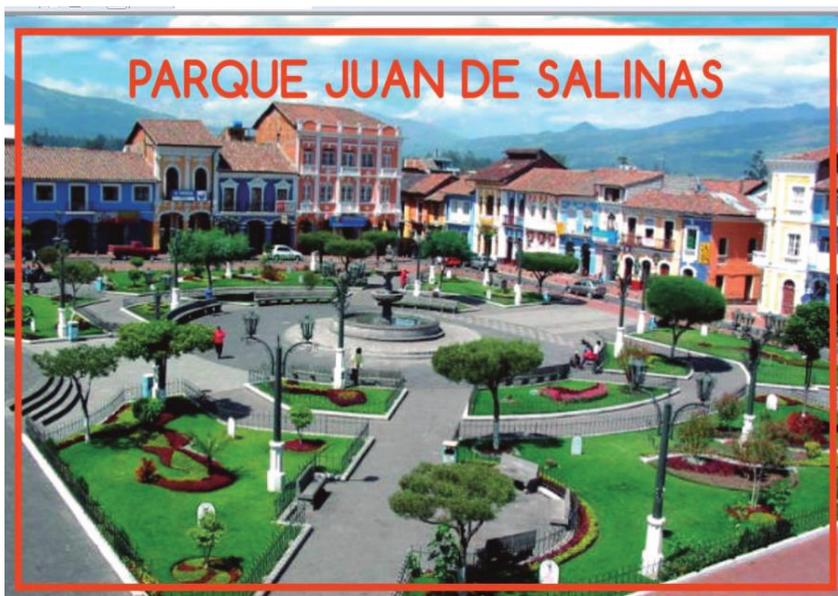


Figura 92. Postal Nº 1 - lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
 Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 93. Postal Nº 1 - lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
 Elaborado por: Estefanía Altamirano

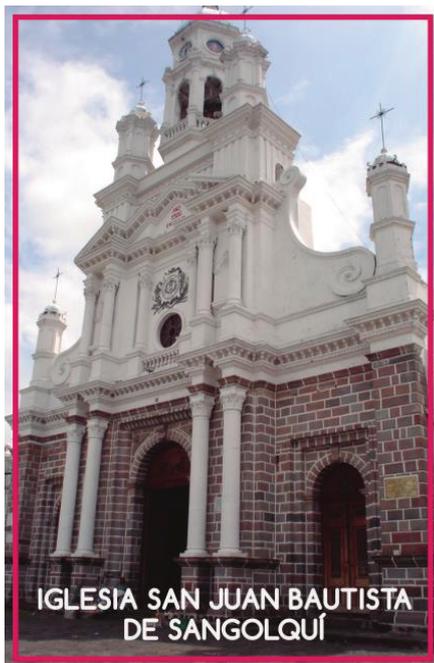


Figura 94. Postal N° 2- lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 95. Postal N° 2- lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

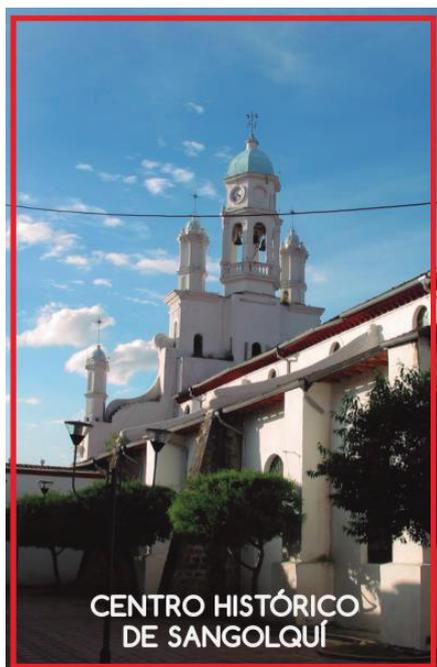


Figura 96. Postal N° 3- lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 97. Postal N° 3- lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 98. Postal N° 4 - lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 99. Postal N° 4 - lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 100. Postal Nº 5 – lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
Elaborado por: Estefanía Altamirano

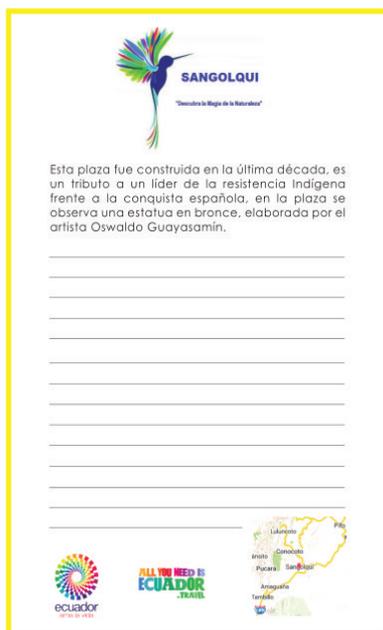


Figura 101. Postal Nº 5 – lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
Elaborado por: Estefanía Altamirano

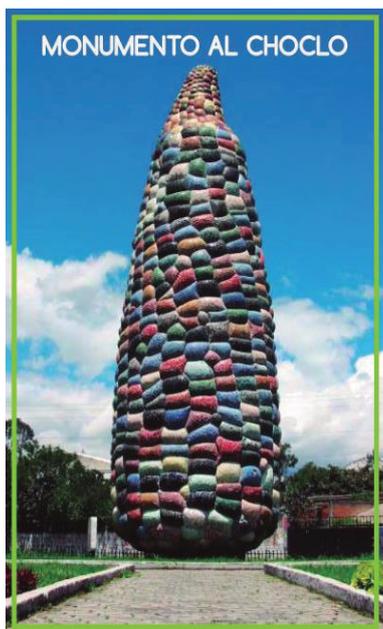


Figura 102. Postal N° 6 – lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 103. Postal N° 6 – lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 104. Postal Nº 7 – lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 105. Postal Nº 7 – lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 106. Postal N° 8 – lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 107. Postal N° 8 – lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 108. Postal Nº 9 – lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

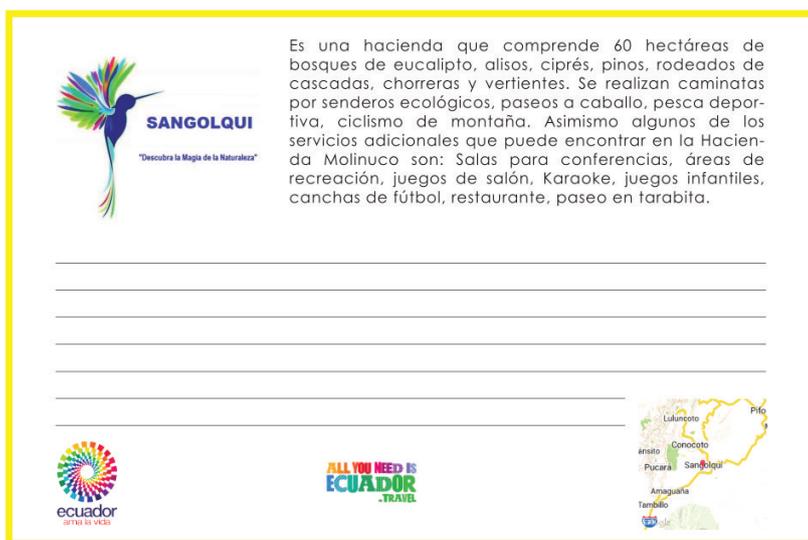


Figura 109. Postal Nº 9 – lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

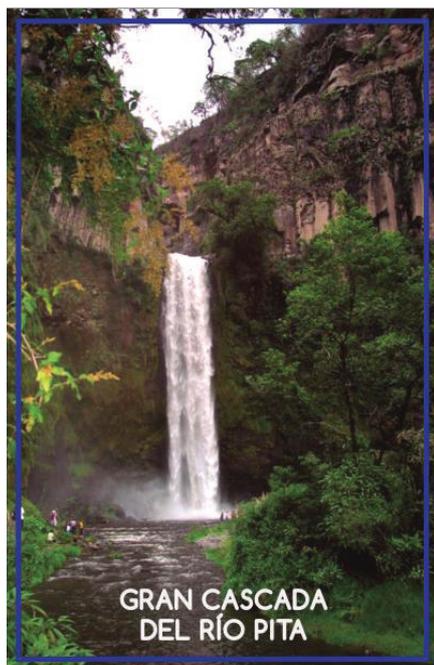


Figura 110. Postal N° 10 – lado anverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

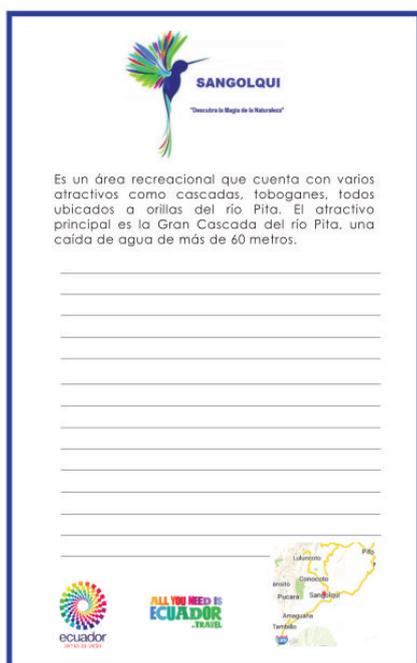


Figura 111. Postal N° 10 – lado reverso

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.6. VALLA PUBLICITARIA

Características

- Se realizará una valla en material de aluminio, de 8m x 4 m de forma horizontal.
- La altura a la que se visualizará la valla es de 11,20 metros de alto utilizando dos soportes metálicos.
- Deberán tener el nombre de la parroquia Sangolquí y su respectiva bienvenida
- Sus fotografías deberán ser bien escogidas, podría ser un mosaico de fotografías de los atractivos más representativos de la zona, ya que de eso dependerá el impacto visual en el turista.
- El terreno en el cual se encontrará la valla publicitaria será en la autopista General Rumiñahui sector puente 2.



Figura 112. Valla publicitaria

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.7. ROLL UP

Características

- El Roll-up es portátil, enrollable para ser transportado a cualquier evento o lugar de promoción como talleres o ferias a nivel nacional
- Su impresión es de un solo lado a full color
- Deberá tener la marca turística de Ecuador y el logotipo del cantón Rumiñahui
- Tendrá fotografías bien escogidas de los atractivos turísticos más representativos que posee la parroquia Sangolquí, con su respectivo nombre.
- El material a emplearse es de Aluminio con la impresión en Lona de 0.85 cm x 3 m (vertical).



Figura 113. Roll up N° 1

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

5 m



12 m

Figura 114. Roll up N° 2

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 115. Roll up N° 3

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
Elaborado por: Estefanía Altamirano



Figura 116. Roll up N° 4

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.8. PUBLICIDAD RADIAL

Características

- Se realizará una cuña diaria de lunes a viernes por tres meses, escuchada por Radio Zaracay a nivel nacional.
- Se elaborará un spot publicitario de 30 segundos.
- El contexto del spot publicitario invita a las personas a visitar la parroquia Sangolquí.

Cuña Radial

Magia es el circo

Magia es el espejo del Cuento

Magia es visitar un lugar que sugiere más de una experiencia

Mil ideas, mil satisfacciones.....

Sangolquí todo lo que te contamos lo vives.....

4.9. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

Los prestadores de servicios, la población y las autoridades competentes de la parroquia Sangolquí deberán trabajar día a día para colaborar en la remediación de los problemas ambientales que asechan actualmente en el sector donde se desenvuelve la actividad turística.

4.9.1. Buenas Prácticas Ambientales para los prestadores de servicios

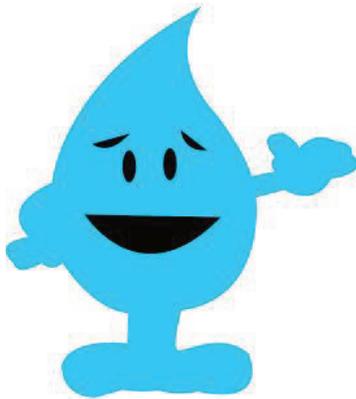


Figura 117. Manejo del agua

Fuente: Recycling Worldwide (2012)

(Cámara Santiago de Compostela, 2000); señala lo siguiente:

Manejo del agua

- Instalar llaves de agua con sus correspondientes temporizadores, además de duchas ahorradoras.
- Cerrar las llaves después de usarlas, así también usar lavaplatos y lavadores a carga completa e instalar en los sanitarios mecanismos de doble descarga con el objeto de optimizar agua y energía.
- Establecer un programa de revisión y mantenimiento de las tuberías y demás instalaciones, así se evita grandes daños y fugas de agua.

- Es importante la reutilización de aguas grises, las mismas que pueden emplearse para usos donde no requiere agua potable así por ejemplo en el inodoro, el riego de jardines o la limpieza de contornos (superficies).
- Tener en cuenta el ahorro de agua al comprar un equipo de lavado tales como lavadoras de ropa, de platos de autos, entre otros.



Figura 118. Manejo de energía eléctrica

Fuente: Vívens Environmental Consulting SRL (2012)

(Cámara Santiago de Compostela, 2000); menciona lo siguiente:

Manejo de la energía eléctrica

- Utilizar focos de bajo consumo, planificar y distribuir de mejor manera el número de interruptores según las zonas de uso, no sobrecargar la instalación eléctrica con contactos múltiples, evite usar extensiones; igualmente usar reguladores electrónicos de intensidad luminosa y detectores de presencia, para que las luces no estén prendidas todo el tiempo.
- Revisión y mantenimiento de las instalaciones eléctricas de todo el lugar, para evitar averíos graves que consuman mayor energía, limpiar periódicamente los focos y lámparas para no bloquear la luz que emiten.
- Aprovechar al máximo la luz natural en el diseño de su establecimiento (uso de tragaluces, colores claros en paredes), usar

plantas y árboles que produzcan sombra y creen microclimas para mantener temperaturas agradables.

- Apague completamente todos los equipos eléctricos para no usar energía innecesaria.



Figura 119. Manejo de residuos

Fuente: Expoknews.com (2013)

(Cámara Santiago de Compostela, 2000); menciona lo siguiente:

Manejo de residuos

- Usar envases retornables, bolsas de basura biodegradables y reutilizar envases vacíos para guardar cosas.
- Emplear pulverizadores en lugar de aerosoles ya que son tóxicos, además que sus envases son difíciles para reciclar.
- Usar cartuchos de tinta para impresoras y tóners reciclables.
- Reciclar el aceite doméstico mediante empresas gestoras ya que si lo riegas en el agua esta se contamina.
- Evitar el consumo de pilas, usar la energía eléctrica siempre que sea posible, puesto que el reciclaje de pilas es complicado.
- El consumo de productos locales evita los impactos de los traslados a larga distancia y de la agricultura intensiva, la compra de productos a granel ahorra costes y reduce el uso de embalajes

- Reducir el consumo de papel en oficina y comprar papel reciclado, guarda los archivos en formato electrónico y usa el correo electrónico, reutilizar de papel por las dos caras, para evitar desperdicios, usar de servilletas de tela en vez de papel.
- Sustituir los productos tóxicos de limpieza por productos ecológicos y biodegradables.

4.9.2. Buenas Prácticas Ambientales para el Hogar



Figura 120. Las cuatro R

Fuente: Agrosuper (2014)

(La Comisión de Texas, 2013); manifiesta lo siguiente:

Reducir

Reducir el consumo de agua, energía, materiales y productos tóxicos

Reutilizar

Usar los artículos elaborados de elementos reciclados

Reciclar

Hacer nuevos productos con los materiales usados

Recuperar

Consumir productos de materiales reciclados

Artículos con materiales reciclables

- Reparar artículos elaborados con materiales reciclados, llevar sus propias fundas de tela, de ese modo se reduce el uso del plástico.
- Escoger baterías recargables, servilletas y toallas de cocina de tela.

- Evitar artículos no reciclables como envases de plástico o de cartón encerado.

La Jardinería

- Convertir en abono las sobras de comida, hojas y otros materiales orgánicos.
- Aplicar la Xerojardinería (Usar plantas nativas que no necesiten mucha agua, ni mucho fertilizante)
- Considerar el método del abono de lombriz para descomponer las sobras de comida y el papel no reciclable.



Figura 121. Abono de lombriz

Fuente: Organic S.A. (2005-2014)

Manejo de la energía eléctrica

- Apagar todos los aparatos eléctricos cuando no estén en uso, así se evita el consumo de energía.
- Reemplazar los focos de luz incandescente por luz fluorescente.
- Adquirir aparatos eléctricos que consuman poca energía eléctrica.



Figura 122. Conservación de energía eléctrica

Fuente: Zaragozarecicla.org 2015

En el Baño

- Que los baños sean cortos para evitar el consumo excesivo de agua.
- Instalar duchas con un caudal de agua reducida.
- Cerrar la llave cuando se cepille los dientes.
- Evitar que existan fugas de agua.

El transporte

- Considerar caminar o montar bicicleta, de ese modo se evita los autos que contaminan el aire.
- Mantener el auto en buenas condiciones y tratar de compartirlo con las personas cercanas a Ud.
- No tirar el aceite usado en las alcantarillas ya que contamina el agua.

Manejo de Productos Químicos

- Usar los productos químicos solamente como indican las instrucciones de la etiqueta.
- Si se usa un producto tóxico, usarlo todo para reducir las sobras que se quedan en el contenedor, puesto que estos productos son complicados de ser tratados o reciclados.
- Intentar en su comunidad reciclar contenedores vacíos.
- Guardar los productos en un lugar fresco y seco.

4.10. TALLERES DE CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE SANGOLQUÍ

Los temas que se deberían dar en las capacitaciones son:

- Atención al cliente
- Manipulación de alimentos
- Técnicas de Restaurante

TALLER	No. HORAS	OBJETIVO	RESPONSABLES
Tema: Atención al cliente	20	Desarrollar las competencias necesarias para atender al turista de forma competitiva posicionando al lugar turístico en la mente del visitante	Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
Tema: Manipulación de alimentos	20	Adquirir conocimientos sobre las formas correctas de manipulación de alimentos para su adecuada preparación, conservación y consumo.	Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui
Tema: Técnicas de Restaurante	20	Obtener información de los tipos de servicio a la mesa.	Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui

Figura 123. Talleres de capacitación

Elaborado por: Estefanía Altamirano

TALLER DE CAPACITACIÓN No. 1

Tema: Atención al cliente

Lugar: Auditorio del Municipio de Rumiñahui

Dirigido a: Prestadores de servicios 40 personas
(Grupo de 20 personas)

Objetivo: Desarrollar las competencias necesarias para atender al turista de forma competitiva posicionando al lugar turístico en la mente del visitante.

Responsable de ejecución: Dirección de Turismo del Municipio de Rumiñahui

Duración: 4 horas diarias
por 5 días

ITINERARIO

Día/Hora	ACTIVIDAD A REALIZARSE	INSTRUCTORES	MATERIALES
Día 1 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:15-10:15	Exposición acerca de la definición de producto, servicio y cliente	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break		
11:30-13:00	Certamen sobre las características de un buen servicio	Facilitadora	Proyector
Día 2 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:15-10:15	Exposición acerca de la comunicación verbal y no verbal con el cliente	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Exposición de "Tipos de clientes"	Facilitadora	Proyector
Día 3 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	
09:15-10:15	Exposición acerca de cómo identificar las necesidades de los clientes	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Exposición para una excelente atención al cliente	Facilitadora	Proyector
Día 4 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	
09:15-10:15	Exposición de Estrategias para manejar a clientes difíciles	Facilitadora	Proyector, folletos

CONTINUA



184

10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Realización de sopa de letras y crucigrama	Facilitadora	Hojas con crucigrama
Día 5	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	
09:00-09:15			
09:15-10:15	Dramatización sobre el tema trabajo grupal	Facilitadora	
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Test de Realimentación sobre los temas tratados en la capacitación	Facilitadora	Test (hojas)

Figura 124. Taller de capacitación N°1

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

TALLER DE CAPACITACIÓN No. 2

Tema: Manipulación de Alimentos
 Lugar: Auditorio del Municipio de Rumiñahui Dirigido a: Prestadores de servicios 60 personas
 (Grupo de 30 personas)
 Objetivo: Adquirir conocimientos sobre las formas correctas de manipulación de alimentos para su adecuada preparación, conservación y consumo.
 Responsable de ejecución: Dirección de Turismo del Municipio de Rumiñahui Duración: 4 horas diarias por 5 días

ITINERARIO			
Día/Hora	ACTIVIDAD A REALIZARSE	INSTRUCTORES	MATERIALES
Día 1	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:00-09:15			
09:15-10:15	Exposición acerca de Nociones Bromatológicas generales	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break		
11:30-13:00	Certamen acerca de Nociones microbiológicas generales	Facilitadora	Proyector
Día 2	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:00-09:15			
09:15-10:15	Exposición acerca de Enfermedades transmitidas por los alimentos	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Certamen acerca de 5 Claves de la Inocuidad de los Alimentos	Facilitadora	Proyector
Día 3	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	
09:00-09:15			
09:15-10:15	Exposición acerca de Almacenamiento, Transporte y Conservación de los alimentos	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Certamen de Higiene y calidad alimentaria	Facilitadora	Proyector
Día 4	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:00-09:15			
09:15-10:15	Exposición acerca de Higiene Ambiental y de las Instalaciones	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Certamen de Seguridad alimentaria	Facilitadora	Proyector, folletos

CONTINUA



Día 5	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:00-09:15			
09:15-10:15	Exposición acerca de Cocina hospitalaria	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Contestación del test de finalización del taller	Facilitadora	Test (hojas)

Figura 125. Taller de capacitación N°2

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

TALLER DE CAPACITACIÓN No. 3

Tema: Técnicas de Restaurante

Lugar: Auditorio del Municipio de Rumiñahui

Dirigido a: Prestadores de servicios 40 personas
(Grupo de 20 personas)

Objetivo: Obtener información de los tipos de servicio a la mesa.

Responsable de ejecución: Dirección de Turismo del Municipio de Rumiñahui

Duración: 4 horas diarias por 5 días

ITINERARIO			
Día/Hora	ACTIVIDAD A REALIZARSE	INSTRUCTORES	MATERIALES
Día 1 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:15-10:15	Exposición acerca de Nociones Bromatológicas generales	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break		
11:30-13:00	Certamen acerca de Nociones microbiológicas generales	Facilitadora	Proyector
Día 2 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:15-10:15	Exposición acerca de Enfermedades transmitidas por los alimentos	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Certamen acerca de 5 Claves de la Inocuidad de los Alimentos	Facilitadora	Proyector
Día 3 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	
09:15-10:15	Exposición acerca de Almacenamiento, Transporte y Conservación de los alimentos	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Certamen de Higiene y calidad alimentaria	Facilitadora	Proyector
Día 4 09:00-09:15	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	
09:15-10:15	Exposición acerca de Higiene Ambiental y de las Instalaciones	Facilitadora	Proyector, folletos
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Certamen de Seguridad alimentaria	Facilitadora	Proyector, folletos

CONTINUA



Día 5	Presentación del programa y de la metodología	Dirección del Turismo del Municipio de Rumiñahui	Proyector
09:00-09:15			
09:15-10:15	Exposición acerca de Cocina hospitalaria	Facilitadora	Proyector,
10:15-11:00	Preguntas y respuestas de la Exposición	Facilitadora	
11:00-11:30	Coffee Break	Facilitadora	
11:30-13:00	Contestación del test de finalización del taller	Facilitadora	Test (hojas)

Figura 126. Taller de capacitación N°3

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.11. Presupuesto

Cuadro 45

Presupuesto de publicidad

NO.	PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Dípticos	500	0,40	224,00
2	Postales	500	0,40	224,00
3	Vallas	1	2800,00	2.800,00
4	Roll up	4	168,00	672,00
5	Promoción Radial	60	20,16	1.209,60
6	Página Web	1	918,40	918,40
7	Tríptico de Buenas Prácticas Ambientales	500	0,50	280,00
	TOTAL			\$ 3.528,00

Fuente: Proformas

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Cuadro 46**Presupuesto de capacitación- Taller N°1**

COSTOS:	CANTIDAD	# DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Facilitador	1	5	44,80	224,00
Coffee Break	40	5	3,92	784,00
Suministros	40	5	2,80	560,00
Alquiler de equipos	2	5	33,60	336,00
			TOTAL	\$ 1'904,00

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Cuadro 47**Presupuesto de capacitación- Taller N°2**

COSTOS:	CANTIDAD	# DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Facilitador	1	5	44,80	224,00
Coffee Break	60	5	3,92	1.176,00
Suministros	60	5	2,80	840,00
Alquiler de equipos	2	5	33,60	336,00
			TOTAL	\$ 2.576,00

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

Cuadro 48**Presupuesto capacitación- Taller N°3**

COSTOS:	CANTIDAD	# DÍAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Facilitador	1	5	44,80	224,00
Coffee Break	40	5	3,92	784,00
Suministros	40	5	2,80	560,00
Alquiler de equipos	2	5	33,60	336,00
TOTAL				\$ 1'904,00

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui (2014)

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.12. CÉDULA PRESUPUESTARIA

Cuadro 49

Cédula presupuestaria

PROGRAMA	RESPONSABLES			DETALLES	COSTO
Marketing Turístico	Gobierno Municipal Rumiñahui	Autónomo	Descentralizado	500 Dípticos	224,00
				500 Postales	224,00
				1 Valla	2'800,00
				2 Roll up	672,00
				60 Cuñas radiales	1'209,60
				1 Página web	918,40
				500 Trípticos de Buenas prácticas ambientales	280,00
<i>Total</i>				\$ 3'528,00	
Programas de Capacitación	Gobierno Municipal Rumiñahui	Autónomo	Descentralizado	Programa de Atención al cliente	1'904,00
				Programa de Manipulación de alimentos	2'576,00
				Programa de Técnicas de restaurante	1'904,00
<i>Total</i>				\$ 6'384,00	
TOTAL PROGRAMAS				\$ 9'912,00	

Elaborado por: Estefanía Altamirano

4.13. FINANCIAMIENTO

Los programas de marketing turístico y capacitaciones asume un costo de \$ 9'912,00 lo cual se separa lo cual se financiará al 100%, puesto que el Ing. Patricio Rodríguez, director de la Dirección de Turismo de Rumiñahui indico que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui dispuso a su departamento 114'300,00 USD para proyectos de impulso desarrollo de las actividades turísticas.

5. CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El establecimiento de las estrategias del presente plan desarrollo permitirá posicionar a la parroquia de Sangolquí dentro del mercado turístico de la capital de la república, al ser una localidad que se encuentra en las cercanías de la parroquia.
- La fundamentación teórica permitió definir el alcance y las limitaciones del tema, además de definir los contenidos y temas que se desarrolló en el plan de desarrollo turístico.
- El diagnóstico interno y externo es aquel que permite obtener el análisis FODA de la parroquia Sangolquí con el fin de definir futuras estrategias para proveer el impulso y desarrollo de la localidad.
- A través del estudio de mercado se estableció el perfil del consumidor que consiste en personas de género masculino y femenino, en edades que comprenden de 24 a 35 años de edad, su capacidad económica es de clase media, asimismo son turistas que les gustan el turismo de naturaleza y gastronómico, por otro lado son visitantes que les gusta viajar en pareja, familia y amigos.
- El territorio de Sangolquí cumple con atractivos naturales y culturales lo cual permite claramente elaborar posibles rutas potenciales que permitirán el desarrollo de la actividad turística de la parroquia mejorando los servicios y de igual manera la calidad de vida de la población.

- Por medio de la investigación de mercado se determinó que los medios de publicidad más adecuados son las revistas, periódicos, radio y televisión lo que permitirá llegar expresamente al mercado objetivo de la mejor manera logrando posicionar a la parroquia; para cumplir con esto se requiere la capacitación en función de los temas que permitan ofrecer una mejor atención al turista.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al municipio luego de haber finalizado el presente plan de desarrollo turístico que aplique las presentes estrategias que permitirán posicionar a la parroquia de Sangolquí.
- El alcance y las limitaciones permiten establecer la factibilidad del tema, por lo que se recomienda a la Dirección de Turismo emplear los temas a tratar en la investigación para que existe un mejor desarrollo turístico.
- Es sustancial el director de turismo del cantón Rumiñahui, supervise el diagnóstico situacional en especial el análisis FODA para determinar las estrategias para ejecutar el plan de desarrollo.
- La Dirección de Turismo del Cantón Rumiñahui, debe considerar el perfil del consumidor puesto que es importante a efectos de poder diseñar estas y futuras estrategias para determinar futuras estrategias que permitan satisfacer necesidades de los turistas que visitan periódicamente la parroquia.
- Los prestadores turísticos en especial, las operadoras turísticas deben elaborar de nuevas rutas turísticas además de su respectiva publicidad acompañada de la capacitación continua a los prestadores de servicio es importante para que la parroquia tenga un desarrollo turístico óptimo y que la población goce de sus beneficios con un efector multiplicador.

BIBLIOGRAFÍA

- Amadeus. (2014). *Soluciones y Servicios*. Recuperado el 03 de Junio de 2014, de Soluciones y Servicios:
http://www.amadeus.com/web/amadeus/es_EC-EC/Amadeus-Home/1259102412927-Page-AMAD_HomePpal
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi.
- Avilés, E. (2014). *Geografía del Ecuador*. Recuperado el 09 de Julio de 2014, de Geografía del Ecuador:
<http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1739&Let>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Estadísticas Macroeconómicas 2013*. Recuperado el 27 de 10 de 2013, de Estadísticas Macroeconómicas 2013:
<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/Sector Real/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro102013.pdf>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Madrid.
- Bigne, E., & et, a. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid.
- Boullón, R. (1997). *Planificación de Espacios Turísticos*. México: Trillas.
- Cabera, C. (2008). *Gestión de Protocolo*. Madrid: Ediciones Paraninfa S.A.
- Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza. (2014). *Guía de Buenas Prácticas Ambientales: Hostelería y Ocio*. Zaragoza.
- Cámara Santiago de Compostela. (2000). *Buenas Prácticas Ambientales en el Sector Hotelero*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de Buenas Prácticas Ambientales en el Sector Hotelero:
<http://www.camaracompostela.com/mambiente/sh.pdf>
- Chavarría, H. (2001). *Factores No Económicos de la Competitividad*. Bogotá.
- Chong, J. L. (2007). *Promoción de Ventas: Herramienta Básica del Marketing Integral*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Codigos QR. (2013). *Codigos QR*. Recuperado el 05 de Julio de 2014, de Codigos QR: <http://www.codigos-qr.com/>
- Consejo Nacional de Competencias y Secretaría Nacional de Planificación . (2012). *Plan Nacional de Descentralización 2012-2015*. Quito: Ecuador F.B.T. Cía. Ltda.

- Dirección de Turismo . (2010). *Cantón Rumiñahui*. Sangolquí.
- FODA. (2011). *Matriz FODA*. Recuperado el 04 de Septiembre de 2014, de Matriz FODA: <http://www.matrizfoda.com/>
- García, F., García, P., & Gil, M. (2009). *Técnicas de Servicio y Atención al Cliente*. Madrid: Closas Orcoyen.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui. (2013). *Sangolquí*. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de Sangolquí: <http://www.ruminahui.gob.ec/?q=canton-ruminahui/datos-geograficos>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Rumiñahui. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui 2012-2025*. Recuperado el 05 de Julio de 2014, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Rumiñahui 2012-2025: <http://www.ruminahui.gob.ec/sites/default/files/DIAGNOSTICO%20PD YOT.pdf>
- Gobierno Autónomo Provincial Morona Santiago. (2011). *GAD Provincial Morona Santiago*. Recuperado el 01 de Junio de 2014, de GAD Provincial Morona Santiago: <http://moronasantiago.gob.ec/up/admin/9.%20Conectividad%20CONT ENIDO.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (28 de Marzo de 2008). *Perfil profesional de un mesero*. Recuperado el 19 de Agosto de 2014, de Perfil profesional de un mesero: http://www.qualituecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2440-08.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). *Clasificación de la población*. Quito.
- Instituto Oceanográfico de la Armada. (12 de Septiembre de 2005). *Derrotero de la Costa Continental e Insular del Ecuador*. Recuperado el 24 de 06 de 2014, de Derrotero de la Costa Continental e Insular del Ecuador: http://www.inocar.mil.ec/boletin/ALN/Derrotero_2005.pdf
- La Comisión de Texas. (2013). *La Comisión de Texas para la Conservación de los Recursos Naturales* . Recuperado el 19 de Diciembre de 2014, de La Comisión de Texas para la Conservación de los Recursos Naturales : <http://naturalezasintoxicos.files.wordpress.com/2013/10/las-4-r-del-medio-ambiente-para-la-casa.pdf>

- Lara, J. (2005). *Dirección de Alimentos y Bebidas En Hoteles* . México: Editorial Limusa S.A.
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). *La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a través del Cuadro de Mando Integral*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martínez, M. L. (2006). *Guía para la presentación de Proyectos*. México D.F.: Siglo XXI Editores, S.A. de C. V.
- Melgar, M. (2003). *Diagnóstico Situacional del C.E.S. Lima*.
- Ministerio de Inclusión Social. (2008). *Ley especial de descentralización del estado y de participación social*. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (2011). *Plandetur*. Quito.
- Ministerio de Turismo. (2012). *Ley de Turismo*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Morant, C. (2008). *Sensibilización Medioambiental, situación actual, problemática y búsqueda de problemáticas*. Madrid: Ideas Propias Editorial .
- Municipio de Rumiñahui. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2025*. Sangolquí.
- Navarro, G. (2014). Siete años de gobierno de Correa. *Diario Internacional de Perú* , pág. 1.
- Nuñez, M. (14 de Enero de 2014). La estabilidad económica y política logros de la Revolución Ciudadana. *El Ciudadano.gob.ec*, pág. 1.
- Orellana, W. (13 de Enero de 2014). Ecuador se proyecta como destino turístico internacional para 2014. *El Telégrafo*, pág. 1.
- Organización Mundial del Turismo. (1994). *Desarrollo Turístico*. Uzbekistán.
- Organización Mundial del Turismo. (1996). *Agenda 21 para la Industria Turística: Hacia un Desarrollo Sostenible*. Reino Unido.
- Organización Mundial del Turismo. (1998). *Oferta Turística*. Andorra, Andorra.
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (Diciembre de 2002). *Guía del Estudio de Mercados para la Evaluación de Proyectos* . Recuperado el 04 de Septiembre de 2014, de Guía del Estudio de Mercados para la Evaluación de Proyectos : http://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Ch

ile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf

- Pourrut, P. (1983). *Los Climas del Ecuador- Fundamentos explicativos*. Quito.
- Riesco, S. (2011). *Seguridad, Higiene y Protección Ambiental en Hostelería*. España: Ediciones Praninfo S.A.
- Ríos, Á. (2010). *Ecoturismototal*. (C. d. Carrión, Ed.) Quito.
- Saavedra, E. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. La Paz.
- Sabre. (2014). *Responsabilidad Corporativa*. Recuperado el 03 de Junio de 2014, de Responsabilidad Corporativa: <http://www.sabre.com/our-customers/government>
- Sanchez, L. (14 de Noviembre de 2010). *Etnias*. Recuperado el 28 de Enero de 2014, de Etnias: <http://es.scribd.com/doc/42404985/ETNIAS>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 21 de Mayo de 2014, de Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Tourism & Leisure – Europraxis. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador 2020*. Quito.
- Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Departamento de Economía. (2014). *Conceptos de Economía*. Recuperado el 21 de Junio de 2014, de Conceptos de Economía: <http://csh.izt.uam.mx/departamentos/economia/crea/intro/conceptos.html>
- Universidad Nacional de la Patagonía. (2001). *Terminología Turística - Glosario Técnico - Consejo Federal de Turismo*. Recuperado el 19 de Enero de 2014, de Terminología Turística - Glosario Técnico - Consejo Federal de Turismo: <http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/672/turismo672.htm>
- Universidad Nacional de Loja. (Marzo de 2011). *Programación y Operatividad de Empresas de Viaje y Transporte en el Desarrollo de la Actividad Turística*. Recuperado el 28 de Julio de 2014, de Programación y Operatividad de Empresas de Viaje y Transporte en el Desarrollo de la Actividad Turística: <http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/M%C3%B3dulo-6-Programaci%C3%B3n-y->

Operatividad-de-Empresas-de-Viaje-y-Transporte-en-el-Desarrollo-de-la-Actividad-Turística1.pdf

Valencia, J. (2012). *Boletín turístico .com*. Recuperado el 10 de Enero de 2014, de Boletín turístico .com: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo>

Visita Ecuador. (2012). *Pichincha*. Recuperado el 05 de Julio de 2014, de Pichincha:
<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=305>

Wheelen, T., & Hunger, J. D. (2007). *Administración Estratégica y Política de Negocios*. México.