

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TEMA:

Plan de Desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha

AUTOR (ES):

Tapia Marcillo Clara Belén

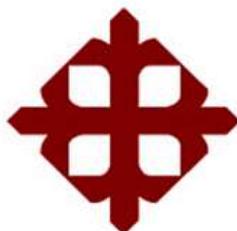
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Lcda. Mirtha Mora

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, 19 de marzo del 2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Tapia Marcillo. Clara Belén**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.

Guayaquil, 19 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Tapia Marcillo, Clara Belén**

DECLARO QUE:

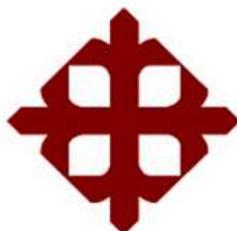
El Trabajo de Titulación, **“Plan de desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui provincia de Pichincha”** previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 19 de marzo del 2019

EL AUTORA

Tapia Marcillo, Clara Belén



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

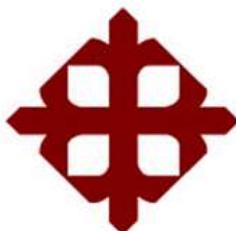
Yo, Tapia Marcillo, Clara Belén

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “**Plan de Desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui provincia de Pichincha**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 19 de marzo del 2019

LA AUTORA:

Tapia Marcillo, Clara Belén



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado “**Plan de Desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha**”, presentado por la/ estudiantes **Tapia Marcillo, Clara Belén**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de solicitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



**Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs
TUTOR**

Agradecimiento

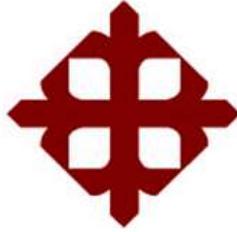
Agradezco principalmente a Dios por darme la fortaleza necesaria para culminar mis estudios superiores en esta honorable Universidad a pesar de todas las dificultades que tuve que pasar, también agradezco en especial a mi esposo e hijos por su apoyo incondicional para efectuar este logro.

CLARA BELÉN TAPIA MARCILLO

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis dedico a mi Señor Jesús, por ser el artífice principal, por guiarme mis pasos cada día, por dame las fuerzas necesarias para seguir adelante, también dedico este proyecto a mi familia y en especial a mi querido esposo por su apoyo incondicional a cada momento. Y a mi querida tutora Miss Mirtha Mora por ayudarme incondicionalmente.

CLARA BELEN TAPIA MARCILLO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.

TUTOR

Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.

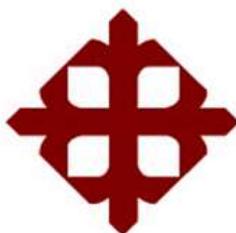
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Eco. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Nadia Acosta Ramírez, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Clara Belén Tapia Marcillo	

Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs.

TUTOR

Índice General

Tabla de contenido

Resumen	xvii
Abstract	xviii
Introducción	2
Antecedentes	3
Planteamiento del Problema	4
Formulación del Problema	4
Sistematización del Problema	4
Justificación	5
Objetivo General.....	6
Objetivos esocíficos.....	6
Capítulo I.....	7
Sustentación Teórica.....	7
Turismo	7
Teorías del Sistema Turístico	8
Elementos de un Sistema Turístico.....	9
Superestructura	9
Organismos Específicos	9
Organismos con vinculación directa o sin vinculación al turismo.....	9
Turismo Sostenible	9
Turismo en áreas rurales / naturales	11
Turismo en Manifestaciones Culturales	12

Plan de desarrollo Turístico	13
Inventario de los Atractivos	13
Atractivo Turístico	14
Descripción de Jerarquización	14
Creación de Paquetes Turísticos	14
Marco Conceptual	15
Turista	15
Excursionista	15
Calidad	15
Servicio Turístico	16
Producto Turístico	16
Recursos Naturales	16
Información Turística	17
Información de la Oferta Turística	18
Información del Mercado Turístico	18
Marco Legal	18
Ley de Turismo	19
Marco Referencial	20
Capítulo II	22
Diagnóstico del cantón Rumiñahui	22
Cantón Rumiñahui	22
Reseña Histórica	22
Sector Turístico	23

Descripción de los atractivos turísticos del cantón Rumiñahui.....	24
Zonas urbanas _____	25
Zona rural _____	25
Cascada de Kinsa _____	27
Monumento Aya Huna _____	28
Proyectos de Desarrollo para el Cantón Rumiñahui _____	28
Sistema Turístico	29
Infraestructura _____	29
Planta Turística _____	30
Certificaciones_____	31
Instalaciones. _____	31
Servicios Basicos: _____	33
Comunicación Tecnológica _____	33
Oferta Turística _____	34
Oferta comunidad Receptora _____	34
Demanda Turística _____	35
Ciclo de los Destinos Turísticos _____	35
Posicionamiento del Destino Turístico _____	36
Marca del Destino Turístico _____	36
Marca del destino turístico de Sangolquí _____	37
Perfil del turista que visita el Cantón Rumiñahui _____	37
Segmentación de Mercado	37
Estrategias de Posicionamiento _____	38

Convenios y programas de Cooperación Internacional	38
Capítulo III	39
Metodología	39
Métodos de Investigación	39
Modalidad de Investigación	39
Técnicas para la recolección de datos	40
Población	41
Muestra	41
Resultados y Análisis de resultados	42
Resultados e Interpretaciones de las Encuestas realizadas	45
Resultados e Interpretaciones de las Entrevistas realizadas a los Prestadores de Servicios	46
Capítulo IV	48
Propuesta	48
Análisis Situacional	49
Conclusiones	58
Recomendaciones	59
Referencias	60
Apéndices	69

Índice de Tablas

Tabla 1. Atractivos turísticos de las zonas urbanas.....	25
Tabla 2. Atractivos turísticos de las zonas rurales	25
Tabla 3. Infraestructura Turística del Cantón Rumiñahui.....	30
Tabla 4. Planta Turística del Cantón Rumiñahui	31
Tabla 5. Instalaciones turísticas del Cantón Rumiñahui	32
Tabla 6. Frecuencia de Visitantes desde la Ciudad de Quito al Cantón Rumiñahui.....	37
Tabla 7. FODA Análisis de los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui.....	50
Tabla 8. Fases para la realización del proyecto.....	51
Tabla 9. Cronograma de actividades para la implementación del proyecto de marketing.....	52
Tabla 10. Presupuesto fase 1 y fase 2	53
Tabla 11. Presupuesto fase 3	54
Tabla 12. Presupuesto de los facilitadores - profesionales.....	54

Índice de Figuras

Figura 1.Sistema turístico de Leiper	8
Figura 2. Cantón Rumiñahui- vista panorámica del “Parque Central Juan de Salinas”..	22
Figura3. Iglesia Matriz de Sangolquí- Iglesias Católicas. (2018).	26
Figura 4.Cascada de Kimsa- vista panorámica.	27
Figura 5. Monumento de Aya Huma- El Comercio (2017)	28
Figura 6. Servicios Básicos del Cantón Rumiñahui..	33
Figura 7. Usos de tecnología en Ecuador 2013-2014)	34
Figura 8. Marca del destino turístico Sangolquí.	37
Figura 9. Resultado porcentual de la pregunta número uno de la encuesta realizada a los turistas del Cantón Rumiñahui.	42
Figura 10.Resultado porcentual de la pregunta número dos de la encuesta realizada	43
Figura 11. Resultado porcentual de la pregunta número tres de la encuesta realizada en el Cantón Rumiñahui	43
Figura 12.Resultado porcentual de la pregunta número cuatro realizado en Rumiñahui	44
Figura 13.Resultado porcentual de la pregunta número 5 de la encuesta realizada en Rumiñahui	44
Figura 14. Resultado porcentual de la pregunta número 6 de la encuesta realizada en Rumiñahui	45
Figura 15 Página Web	55
Figura 16. Valla publicitaria para el proyecto	55
Figura 17. Tríptico que se entregara en las islas situadas en los centros comerciales	56
Figura 18.Mapas descriptivos de localización de los sitios turísticos, alojamientos, restaurantes, y rutas de acceso Anexo 2	56
Figura 19. Pantalla led incorporada en los taxis de la Cooperativa Turismo	57

Índice de Apéndices

Apéndice A. Cálculo de la población turistas que ingresan al Cantón Rumiñahui_____	69
Apéndice B. Encuestas realizada a los turistas _____	70
Apéndice C. Entrevistas a los prestadores de servicios _____	71
Apéndice D. Detalle de la infraestructura del Cantón Rumiñahui _____	72
Apéndice E. Parte primera del mapa de los atractivos turísticos en el Cantón Rumiñahui- Sangolquí_____	73
Apéndice F. Parte segunda de los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui- San Pedro de Taboada _____	73
Apéndice G. . Parte tercera de los Atractivos Turísticos en El Cantón Rumiñahui – Rumipamba _____	73

Resumen

El presente tema “Plan de desarrollo Turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha”, tiene como su objetivo principal el de potencializar los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui, mediante un diagnóstico del estado de su sistema turístico para determinar recursos y ofertarlos; la realización de un estudio de mercado que identifique turistas potenciales y cómo último, el diseño de un plan de desarrollo que impulse eficazmente el turismo. En cuanto a la metodología, se utilizó un enfoque cuantitativo y cualitativo, es decir, se utilizaron herramientas de investigación tales como encuestas y entrevistas. Las encuestas ayudaron para conocer la situación real vista por los turistas. Las entrevistas indicaron lo mismo desde el punto de vista de los representantes del sector hotelero. Para complementar la investigación se acudió a medios gubernamentales, diarios, y páginas de internet certificadas que mostraran datos reales que sirvan para efectuar una propuesta efectiva. En base a lo descrito, se estructuró un proyecto de marketing, a implantarse en un período de seis meses, para impulsar tres sitios turísticos escogidos siendo su primera fase la del Ingreso al mercado mediante creación de páginas web y publicidad, en segundo lugar, el posicionamiento efectivo en el mercado creando islas publicitarias en diferentes sitios y por último la interacción dinámica con los prestadores de servicios mediante reuniones semestrales. Concluyendo, con el presente proyecto no sólo aumentaría el flujo de visitantes, sino que ayudaría a reactivar la economía local, lahotelería, transporte, entre otros, con la cooperación del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui, quienes apoyarían ampliamente el proyecto.

Palabras claves: Turismo, Marketing, Servicio Turístico, Cantón Rumiñahui, Oferta turística

ABSTRACT

The present theme "Tourism Development Plan for the Rumiñahui Canton, Pichincha Province", has as its main objective to potentiate the tourist attractions of the Rumiñahui Canton, by means of a diagnosis of the state of its tourist system to determine resources and offer them; the realization of a market study that identifies potential tourists and how, lastly, the design of a development plan that effectively drives tourism. Regarding the methodology, a quantitative and qualitative approach was used, that is, research tools such as surveys and interviews were used. The surveys helped to know the real situation seen by tourists. The interviews indicated the same from the point of view of the representatives of the hospitality sector. To complement the research, government media, newspapers, and certified internet pages that show real data that serve to make an effective proposal were used. Based on what has been described, a marketing project was structured, to be implemented in a period of six months, to promote three chosen tourist sites, its first phase being that of entering the market through the creation of web pages and advertising, secondly positioning effective in the market creating advertising islands in different sites and finally the dynamic interaction with service providers through semiannual meetings. In conclusion, this project would not only increase the flow of visitors, but also would help reactivate the local economy, the hotel industry, transportation, among others, with the cooperation of the Illustrious Municipality of the Rumiñahui Canton, who would widely support the project.

Keywords: Tourism, Marketing, Tourist Service, Rumiñahui Canton, Touristic offer

Introducción

El objetivo principal de la presente investigación es la creación de un Plan de desarrollo turístico para el cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, mediante el análisis de sus principales puntos turísticos que existen en sectores tanto urbanos como rurales, efectuando un diagnóstico del estado del sistema turístico del Cantón Rumiñahui para determinar recursos potenciales para su oferta turística, y la realización de un estudio de mercado para identificar el perfil de los turistas reales y potenciales.

El cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha posee una riqueza natural y cultural de significativa importancia, la cual en la actualidad no es ampliamente conocida a través del país pero que de serlo se sabe que atraería a potenciales turistas tanto nacionales como extranjeros. Por ello hay que orientar la publicidad de estos atractivos para conocimiento y satisfacción del turista quien es el encargado de evaluar el servicio, y además la implementación de este proyecto ayudara también a la reactivación económica de este cantón.

Para ello, luego de realizar una investigación con un enfoque cualitativo y cuantitativo, se implanta un proyecto de marketing, cuyo resultado se aplicará en tres fases en un período de seis meses. Este plan contempla que el potencial cliente visualice los productos ofertados por medios virtuales, o de redacción de trípticos diseñados, redes sociales, o páginas web por parte de las instituciones privadas o públicas y así este sistema ayuda a difundir de manera eficiente y eficaz hacia nuestros nichos de mercado.

Cabe destacar que la meta final de este trabajo sobre el Plan de Desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui beneficia y puede ser adoptado por las autoridades gubernamentales correspondientes, así como también por el sector privado involucrado en el mismo.

Toda la investigación se verá contemplada como sigue:

En el Capítulo I : Sustentación Teórica

En el Capítulo II: Diagnóstico del Cantón Rumiñahui Sector Turístico

En el Capítulo III : Metodología

En el Capítulo IV: Propuesta

Antecedentes

Altamirano,E. (2015) menciona en su tesis que realizó el inventario de los atractivos turísticos de la parroquia de Sangolquí con la ayuda del Departamento de Turismo del Ilustre Municipio Decentralizado del cantón Rumiñahui. Creó paquetes turísticos de dos días y una noche por \$ 310 dólares americanos por persona. estos boletines publicitarios serían distribuidos en la ciudad de Quito a empresas importantes como las aereolíneas, hoteles, hosterías, empresas petroleras, siempre buscando mercados nuevos .

Con un valor de \$ 224 dólares americanos realizó postales con los sitios turísticos de la parroquia de Sangolquí, estas postales serían distribuidas en las agencias de viajes , realizó talleres de capacitación con dos puntos importantes atención al cliente, manipulación de alimentos por un valor de \$ 4.480 dólares americanos, entre los dipticos , roll up, trípticos de buenas prácticas ambientales, página web tiene un costo de \$ 3.942 dólares americanos

A travez de estrategias y lineamientos busca impulsar el sector turístico con la participación de todos los actores relacionados con la actividad turística .

Según el Ing. Patricio Rodríguez, quien trabaja en la actualidad en el Departamento de Turismo en el Municipio Decentralizado del cantón Rumiñahui, el rubro que le destinaron para impulsar el turismo en el cantón Rumiñahui alrededor de \$ 200.000 dólares americanos , pero este rubro solo lo utilizan para las festividades de carnaval, y las fiestas del Maiz y el Turismo.

Planteamiento del Problema

Los proyectos que se están realizando en el Cantón Rumiñahui bajo la supervisión del Departamento de Turismo son bajos, debido a que ellos no poseen un rubro alto para poder potencializar los destinos turísticos. Según el Ingeniero Patricio Rodríguez actual Director de Turismo del GADMUR, es necesaria la implementación de un plan de publicidad para poder posicionar la marca de turismo local.

Añadió que el Gobierno Descentralizado del Cantón Rumiñahui sólo se ha enfocado en cuanto a obras públicas, y no ha tenido ningún acuerdo institucional con el Ministerio de Turismo, para fomentar entre las comunidades la sostenibilidad del turismo rural y urbano como tampoco lo que es la restauración en general.

Así mismo manifestó que existe muy poca información sobre los atractivos turísticos, y en las páginas web que poseen hay escasa información de los sitios enumerados. Se debe tomar en cuenta que las poblaciones cercanas a estos parajes solo se dedican a la agricultura y ganadería.

Al no existir normativas de regulación del medio ambiente, se considera que los parques nacionales y las manifestaciones culturales no están siendo bien cuidados y conservados de manera adecuada, los ríos no están siendo repoblados y la pesca recreativa está decreciendo en las cascadas de la región. Según el Ingeniero Patricio Rodríguez el Municipio Decentralizado del Cantón Rumiñahui está realizando la segunda Feria del Ambiente denominado “Rumiñahui caminos de huellas verdes” para fomentar una cultura ambiental.

Formulación del Problema

¿Cuáles son las estrategias y lineamientos que se deben adoptar para el desarrollo de un plan de calidad turística para el Cantón Rumiñahui?

Sistematización del Problema

- ¿El Cantón Rumiñahui cuenta con un portafolio de calidad para su visita?
- ¿Cuáles son las herramientas para mejorar la calidad del servicio?
- ¿El Departamento de Turismo del GADMUR, ha facilitado la certificación para las operadoras del sector?
- ¿Las poblaciones tiene información sobre lo que es turismo y como es la atención al cliente?

- ¿Las comunidades cercanas a los atractivos turísticos cuentan con apoyo del GADMUR, con respecto a la manipulación de los alimentos y los servicios de guías turísticos?

Justificación

El siguiente trabajo está vinculado al crecimiento económico del cantón Rumiñahui en la zona urbana de Sangolquí y en las zonas rurales de San Pedro de Taboada y Rumipamba, ya que estas tienen la infraestructura adecuada para el acogimiento de los nuevos nichos de mercado.

En la actualidad la mayoría de municipios del país tienen el conocimiento que del turismo se obtienen divisas y que la economía de la localidad se beneficia de este. En el feriado de carnaval del 2018 se realizaron más de un millón de viajes internos por turistas locales e internacionales generando 62 millones para la economía local ecuatoriana. Pichincha fue la segunda ciudad más visitada con el 13.4% de actividad turística (Sánchez, 2019). Según el Banco Central, Rumiñahui, Quito, Guayaquil, Ambato y Cuenca fueron los cantones que más aportaron al PIB, en el segmento de alojamiento y servicios de comida, y Rumiñahui por su posición geográfica podrá atraer turistas. Debido a eso se destacarán los atractivos más relevantes con que cuenta el cantón y de estos se otorgará la mayor información óptima y detallada.

Con las herramientas de marketing que son los lineamientos a seguir nos ayudará a difundir los tres atractivos turísticos ya que tendrán mayor difusión sea esta local o de otras ciudades del país

Mediante el Foda se podrá ayudar a corregir las falencias que tiene cada sitio y se corregirán puntos exactos para ofertar con calidad los productos / o servicios a los clientes (turistas) con eficiencia y eficacia los atractivos sean estos naturales o culturales.

Se darán las pautas necesarias para que el departamento de Comunicación del GADMUR, utilice las estrategias de marketing para impulsar los atractivos que tiene el cantón.

Control del pronóstico del problema:

El desarrollo de la presente investigación es buscar estrategias y normas de calidad para implementar un plan de calidad turística que pueda impulsar los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui.

Tema

Plan de desarrollo Turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha

Objetivo General

Elaborar un plan de desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, mediante el análisis de sus principales puntos turísticos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar el estado del sistema turístico del Cantón Rumiñahui para determinar recursos potenciales para su oferta turística.
- Realizar un estudio de mercado para identificar el perfil de los turistas reales y potenciales.
- Diseñar un plan de desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha.

Capítulo I

Sustentación Teórica

Turismo

El turismo es un fenómeno a nivel mundial que impulsa el desarrollo con nuevas economías mundiales; éstas generan empleo y a su vez repotencian el comercio internacional. El turismo es una actividad que a través del ocio o recreación los turistas mejoran su salud y adquieren conocimientos de diferentes culturas. Además, es una actividad muy compleja que genera directa o indirectamente beneficios a diferentes estratos de la sociedad.

La sociedad, la economía, y los gobiernos están entrelazados con el turismo, porque movilizan grandes masas sociales y el conglomerado de organizaciones turísticas planifica de una manera cronológica la estancia de los turistas. Un fenómeno particular que tiene el turismo con los visitantes es satisfacer las necesidades del conglomerado, y a su vez posee un fenómeno particular en lo económico, que es la distribución o movimiento de dinero para la localidad visitada. El turismo tiene carácter cultural y retroalimenta al turista de las diferentes realidades geográficas y sus costumbres (Sancho, 1998).

Turismo es el conjunto de actividades que directa o indirectamente genera servicios fuera de su residencia habitual y a este se lo identifica como Turismo Doméstico. Sus inicios narran desde la antigua Grecia, cuando una gran masa de gente se desplazaba por las Olimpiadas cada cuatro años en un mismo territorio.

Según la OMT dice: “El turismo interior sigue siendo mucho más importante tanto en términos de actividad como en términos monetarios”.

Se tomarán en cuenta desde el enfoque social, se muestran las tendencias que influyen en los hábitos del turista actual y estos son:

- Mayor número de parejas sin hijos
- Mayor número de parejas que trabajan hombre y mujeres.
- Mayor número de personas retiradas, con un mayor ingreso y tiempo libre.

Esto contribuye a que exista el incremento de Turismo Doméstico en Ecuador, y el mercado interno del Cantón Rumiñahui es muy grande y a medida que va creciendo el cantón tiene mayor capacidad de gasto por parte de los turistas. La planificación territorial, la cohesión social y la dinamización económica, son los tres puntales indispensables para que exista un turismo doméstico.

En la mayoría de países, el turismo doméstico es el más representativo, el que tiene mayor incidencia en la actividad económica. A los involucrados en el mismo se los denominará como excursionistas que son los viajeros de ida y vuelta, es decir los que van a comer y a disfrutar de un evento fuera de su localidad y son los responsables de una gran parte de la derrama económica vinculada a la actividad turística (Crosby, 1996)

Esto se atribuye a las mejoras de los sueldos de los ciudadanos de la clase media y baja que se movilizan tanto para la Sierra y Costa. Se pondrá mucho énfasis en esta clase de turismo interno que equivale a conocer y reconocer nuestro propio país (Gurria, Di-Bella, 1991)

Teorías del Sistema Turístico

La diversidad de componentes de la actividad turística y los distintos actores que conforman para su desarrollo forman un conjunto, que por su organización y funciones, se les denomina “SISTEMA TURÍSTICO”. Este sistema es una dinámica que interactúa entre sí para satisfacer las motivaciones del turista, y está compuesto de 5 elementos:

1. La región de salida (elemento geográfico)
2. La ruta de tránsito (elemento geográfico)
3. La región de destino
4. La actividad de turismo (elemento económico)
5. El turista elemento dinámico)

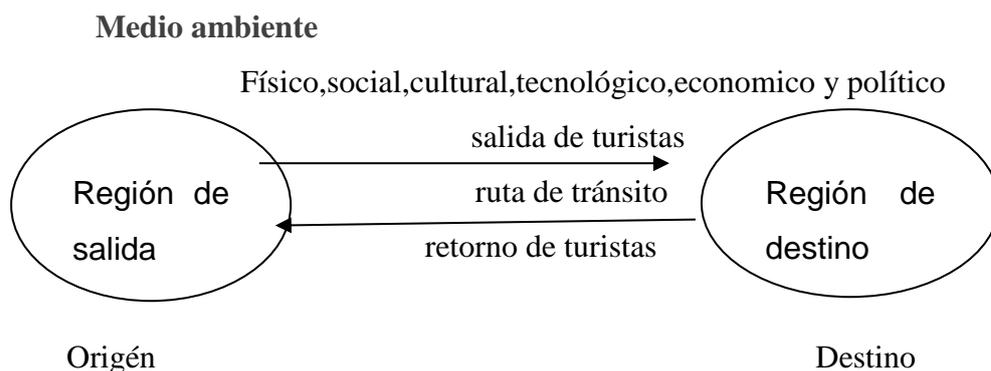


Figura 1. Sistema turístico de Leiper

Estos 5 elementos descritos se hallan entrelazados entre sí, pero funcionan influenciados por un entorno o ambiente (físico, social, cultural, tecnológico, económico y político). Son elementos extrínsecos ajenos al sistema turístico pero tienen una gran incidencia en este, y los elementos intrínsecos que son el turista, un elemento dinámico.

Tres elementos geográficos: La región de salida, la región de tránsito que son los medios de transporte, y la región de destino o plaza receptora. Todos estos conforman un Sistema Turístico. (Alcívar ,Vera. 2018)

Elementos de un Sistema Turístico

Superestructura

Es el soporte por el cual están relacionadas las instituciones e identidades públicas, privadas, nacionales e internacionales, cuya función principal es de fomentar el turismo. La responsabilidad principal recae desde los niveles más altos tales como ministerios , secretarías, direcciones, entidades nacionales, y municipalidades.

Sus funciones específicas son: El control de calidad de los servicios , la promoción turística, la planificación del desarrollo, fijación de precios , el desarrollo del turismo social. Entre los organismos del estado administrativos se encuentran dos grupos.

Organismos Específicos

Los organismos específicos se especializan en definir y armonizar un conjunto de normas y leyes que regularán las formas operativas del sector: Estas pueden ser organismos nacionales o municipales, y empresas del estado. El Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui, sería el interventor directamente con las agencias de viajes u operadoras. (Boullon,R. 2006)

Organismos con vinculación directa o sin vinculación al turismo.

En éstas se encuentran las oficinas que abarcan desde los ministerios hasta los organismos descentralizados y autónomos; estos administran el patrimonio histórico, museos, aeropuertos, terminales terrestres, parques nacionales (Boullon,R. 2006).

Turismo Sostenible

El turismo ha experimentado un notable crecimiento a nivel Ecuador; sin embargo, pese a los beneficios económicos que se han obtenido, estos están produciendo diversos efectos negativos para los sectores visitados como: contaminación de las reservas naturales, erosión, hacinamiento hotelero, desplazamiento de la población local ante la llegada de visitantes, esto ha contribuido a la creación de un turismo sostenible (Reyes, 2002, pág, 17-24).

Plenamente en cuenta de las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales Organización Mundial de Turismo (OMT), define al mismo

como: " El turismo que tiene para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas".

Ecoticias.(2017) Gracias a la diversidad de relaciones implicadas en la actividad turística, el turismo sostenible tiene la capacidad de actuar como catalizador de cambio en el mundo, beneficiando a la lucha de causas como el hambre, la paz y seguridad, el fomento de las economías locales.

Con el fin de aumentar la concienciación de la población general y de los responsables públicos y privados sobre este tema, el turismo sustentable es una forma de turismo con principios de sostenibilidad. El turismo sustentable es una industria comprometida a hacer bajo impacto en el medio ambiente y su cultura local, que contribuye a generar ingresos y empleo para la población local (Reyes, 2002,pág. 17-24)

Los beneficios obtenidos por la práctica del Turismo Sostenible son:

BENEFICIOS MEDIOAMBIENTALES

- Respeto al medio ambiente
- Mínimo impacto al medio ambiente
- Desarrollo equilibrado con el medio ambiente
- Beneficios económicos de los recursos de la flora y fauna, en beneficios de las comunidades locales.

BENEFICIOS CULTURALES

- Promueve y valora las manifestaciones culturales, y recursos naturales.
- Se respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades, y la tolerancia intercultural.
- Se promueve la conservación y restauración del uso de las manifestaciones culturales, y recursos naturales

BENEFICIOS SOCIALES

- Integración de las comunidades locales a las actividades del sector turístico.
- Retroalimentación a los turistas sobre la identidad de cada localidad
- Reactivación económica en los sectores rurales
- Mejoramiento de la calidad de vida
- Rubros que se destinara para obras de interés comunitario

BENEFICIOS ECONÓMICOS

- Contribuye a la reducción de la pobreza.
- Genera empleo local, directa o indirectamente
- Desarrollo de nuevas empresas turísticas
- Potencia el consumo de productos de la localidad
- Generación de divisas y suministra capitales a la economía local.

En otras palabras el turismo sustentable es las necesidades de las presentes y las futuras generaciones, que tenga una perspectiva a largo plazo en lo económico, y el uso turístico que no exceda la capacidad de soporte de una región en términos ambientales y sociales (Tarlombani da Silveira, M. 2005, pág. 222-242)

Turismo en áreas rurales / naturales

Según las opiniones de Crosby y Moreda (1996) “El turismo en áreas rurales se define como cualquier actividad turística implantada en el medio natural, considerando como partes integrantes de este último las áreas naturales y litorales”.

En la última década han habido cambios fundamentales acerca del circuito turístico tradicional provocando la proliferación del turismo rural comúnmente conocido como turismo verde, y ocasionando que los nuevos segmentos de mercado deseen estar en contacto directo con el medio natural y conocer las diferentes culturas y costumbres. Los poetas y artistas empezaron a revalorizar la vida y los paisajes naturales, esto comenzó en el siglo XIX y de ese tiempo para acá ha aumentado el número de turistas atraídos por la gran diversidad de flora, fauna y vida silvestre. Por lo anteriormente mencionado, el Cantón Rumiñahui se presta para el turismo rural, especialmente en la Cascada Kimsa, por poseer una gran gama de actividades turísticas que ofertarán los campesinos a los visitantes (Crosby y Moreda, 1996, pág.7-43).

El TARS o turismo rural, es un turismo blando, repetitivo del medio ambiente aprovechando los recursos locales, sus costumbres y tradiciones. Los turistas tienen como finalidad realizar actividades de convivencia con las comunidades rurales; ellos pueden conocer sus expresiones sociales culturales y productivas, como también sus festividades, gastronomía, y folklor.

Según la SETUR MEXICO dice que el turismo rural es: “Turismo alternativo, una forma nueva de hacer turismo”. El turista no solo es observador sino que forma parte activa de la comunidad y durante su estancia, experimenta diferentes formas de vivir, aprende lenguas ancestrales y sobre todo el respeto a la naturaleza.

Entre el conjunto de actividades que se realiza en el turismo rural son el Ecoturismo, Agroturismo, Turismo Aventura, Turismo deportivo que son actividades de ocio sin provocar alguna alteración posible para el medio ambiente (Crosby y Moreda, 1996, pág.25-43).

Tomando en cuenta todo lo anterior la investigación se enfocará en la Cascada de Kimsa, que es un atractivo natural, que los viajeros experimentarán y convivirán con el entorno de la fauna y flora y su comunidad.

Turismo en Manifestaciones Culturales

En gran parte del siglo XX, el turismo y la cultura eran vistos en dos ámbitos separados: La cultura se la relacionaba directamente con la educación de las comunidades, y el turismo se asociaba principalmente a actividades de esparcimiento sin vinculación a la vida cotidiana.

Desde 1980 se empezó a hablar en un lenguaje común entre cultura y turismo. De acuerdo a la organizaciones de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia, la Cultura el Turismo Cultural ‘Es un conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias’ .

El turismo cultural engloba a toda la estructura patrimonial arquitectónica y urbanística de un país. Estos patrimonios son recursos estratégicos y un pilar fundamental para el desarrollo de la sociedad y del sector, creando buenas políticas turísticas en función a las características y necesidades de las diversas realidades socioterritoriales. (Troitiño, García y Marchantes ,(2008), pág. 53-60).

La UNESCO define al turismo cultural como:” Es aquella forma de turismo que tiene como objeto el conocimiento de monumentos y sitios históricos-artísticos. Y a su vez los beneficios socio-culturales y económicos para toda la población implicada.”

Es decir el TURISMO URBANO es la identidad , la dinámica, diversidad y patrimonio.

“Es aquella forma de turismo que tiene por objetivo, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios turísticos-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y en cuanto contribuye para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada”Manifestaciones Culturales y Turísticas” (Lugue, 2014)

Los recursos culturales o manifestaciones culturales engloban a todos los elementos en los que ha intervenido la mano del hombre; en el paso del tiempo estos pueden ser históricos y contemporáneos.

Las manifestaciones culturales que se transmiten de generación en generación, requieren restauración para que puedan subsistir. Entre estas tenemos:

- Vestigios prehispánicos.
- Arquitectura no moderna.
- Construcciones y sitios históricos como la Iglesia Matriz de Sangolquí que fue construida en la época de la colonia.
- Regiones de interés etnográfico (fiestas, folklore).

Las manifestaciones contemporáneas son creadas con fines culturales o de servicio entre estas tenemos:

- Obras artísticas, la más reconocida en el Monumento Aya Huma localizado en San Pedro de Taboada.
- Museos y pinturas murales
- Zoológico.

Plan de desarrollo Turístico

Un plan de desarrollo turístico es un instrumento de gestión que contribuye para impulsar la localidad. En este caso se impulsará La Iglesia Matriz de Sangolquí, Cascada de Kimsa, y el Monumento Aya Huma. (Blanco, M. & Grupo Técnico de Apoyo del PRODAR-IIA, (2008).

El diseño para los tres atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui, abarca las tendencias de mercado, el perfil del turista, la oferta y la demanda a partir de un diagnóstico para aplicar líneas de desarrollo para las tres áreas como:

- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Estrategias y políticas en relación con las tendencias de mercado.
- Productos y servicios que el destino turístico oferta
- Promoción y comercialización de la oferta turística en beneficio de todos sus involucrados.

Inventario de los Atractivos

Según el Ministerio de Turismo, (2001) “ El inventario de los atractivos turísticos se enfoca en la diferenciación de recursos turísticos y atractivo turístico”.

Atractivo Turístico

Según Boullon, R.(2006) “ Cualquier producto antropológico, elemento natural o actividad humana, motiva al desplazamiento de personas con la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual, y todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta hacen la posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.”

Descripción de Jerarquización

En el Ecuador existen cuatro clases de jerarquizaciones según el sitio y lugar. En el Ecuador existen 1.635 atractivos turísticos de los cuales 712 son naturales, y 923 manifestaciones culturales.

- Jerarquización IV : Atractivo turístico de gran significado para el mercado turístico con gran afluencia de visitantes internacionales, es decir se vende por si sólo.
- Jerarquización III : Este tipo de atractivo es para el mercado interno potencial y en menor cantidad para el mercado internacional con ciertos rasgos excepcionales.
- Jerarquización II : Atractivo Turístico con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de otras provincias que hubiesen llegado por algún motivo.
- Jerarquización I: Atractivo Turístico sin mérito suficiente, pero forma parte del patrimonio cultural de una nación. (Alvarez, 1987)

Creación de Paquetes Turísticos

Es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario previamente hecho que se puede obtener a un precio único o institucional. El paquete debe tener los siguientes requerimientos:

- Alojamiento
- Transporte de aproximación
- Gastronomía.
- Recreación
- Visita con guianza
- Lugares de diversión,

Estos paquetes pueden tener una estructura simple o compleja; esto ayuda para que el cliente disfrute cada una de las prestaciones. La estructura simple consta del traslado entre dos puntos o destinos preestablecidos y un servicio de acompañamiento. Y la estructura

compleja y sofisticada son los de aventura, deportes, prácticas de caza y pesca,ski, escalada entre otras. (Adrianalbis, 2012, Definición de Paques Turísticos y Características,)

Marco Conceptual

Turista

Es toda persona sin distinción de raza, sexo, idioma o religión, que ingresa al territorio, sea éste de un estado diferente, que puede permanecer pocas horas o varias semanas.

Así también a la persona que se traslada de un lugar a otro y lo realiza con la finalidad de aumentar su conocimiento y aprender otras culturas se llama turista. También se cita turista a la persona por cuestión de salud que viaja y pernocta por más de 24 horas en otro país o ciudad, claro no sea la del aumentar su saber cultural.

Las primeras definiciones de turista, se emitieron por parte de organizaciones internacionales y nacionales de turismo, como es la Sociedad de Naciones, Congreso de Expertos en Estadísticas, 1937, quienes indican que “Toda persona que viaje por una duración de 24 horas o más a un país distinto al de su residencia” (Castro Quesada, R., 2000, pág. 6-8).

Excursionista

Con esta palabra se designa a cualquier persona que viaja a un destino inferior a 24 horas, es decir que llegan a ese sitio turístico pero no permanecen ni pernoctan en él, es decir quien participa en un viaje corto.

“Excursionista por las autoridades nacionales e internacionales de turismo se refiere a todo aquel visitante que no pernocta en un medio de servicio de alojamiento colectivo o privado en el lugar o país que este visitando. (Castro Quesada, R., 2000, pág. 7)

Calidad

Según la norma ISO 9000:1994” dice: “Que la calidad es un conjunto de características de un elemento que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas e implícitas”

Según Llamas (s.f.) La calidad en el turismo se la considera como una característica de valor añadido a un servicio o producto turístico, en la nueva era .(pág. 51-52). La calidad de los productos que se ofertarán en el Cantón Rumiñahui será con un valor agregado para que llame la atención a los futuros nichos de mercado, esto permitirá el posicionamiento en el mercado.

Servicio Turístico

El servicio turístico es el conjunto de actividades relacionadas pero perfectamente diferenciadas entre si. Su función es de forma coordinada, ayuda a la venta de todos los bienes turísticos ya que tiene una interacción entre la oferta y la demanda. (Cabarcos, N,2006, pág 5)

Cabarcos (2006) dice :”El servicio turístico está directamente relacionado con satisfacer las necesidades de una corriente turística, que es un conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro. Entre los servicios turísticos que necesitan los excursionistas están: transporte, hospedaje, diversiones, y enseñanzas de las diferentes culturas, que son actividades ajenas a la rutina, la oferta es una herramienta fundamental en este paso ya que es la puesta en venta de un determinado producto,si este tiene un costo más bajo sera ofertado sin ningún problema.” (pág. 22-44)

Producto Turístico

Un producto turístico es un objeto creado por el hombre, o que ya existe de forma natural, esto productos tiene componentes tangibles e intangibles. (Bernal,Z.(2010).

Entre los componentes tangibles del Cantón Rumiñahui tenemos: Las cascadas a lo largo del Río Pita, las montañas, los monumentos, ruinas arqueológicas, paseo a caballo, rutas senderistas, pero entre las intangibles se tiene: La hospitalidad de la gente, la calidad de la atención. Todos los productos que se ofertan en cada destino hay que prestar gran atención para que sean llamativos al momento de venderlos, y estos tengan una gran demanda.

Recursos Naturales

Son aquellos creados por la naturaleza. Sus características propias hacen viables para el turista pueda visitarlos, de estos se subdividen en: Geomorfológicos, Biogeográficos,y mixtos.

Los recursos naturales geomorfológicos fueron creados durante la evolución de planeta; de acuerdo a su región se localizan:

- Litorales (playas, islas).
- Lagunas y depósitos de agua.
- Relieves (montañas, planicies como la Cascada de Kimsa , un recurso geomorfológico.

Los recursos biogeográficos son manifestaciones de vida sobre la tierra la fauna y flora se subdivide en:

- Agrupaciones animales
- Agrupaciones vegetales

Entre las agrupaciones vegetales tenemos: Bosques primarios y secundarios como: Eucaliptos, Mora, Cedro, Guayacán. Y entre las agrupaciones animales tenemos: Colibríes, Mirlos, Zorros, la Rana Cohete de Quito (Mastrangelo,A.(2009).

Información Turística

La información turística se distingue por sus características de utilidad, los datos que tiene describen un hecho o un objetivo específico con parámetros aceptados. La información contiene datos explicativos, para poder tomar decisiones, así podemos considerar información turística tanto la información de la oferta turística de un destino y de sus precios como aquella que nos explica la tendencia de la demanda (Centeno, Doffourt,García,Gonzáles,Gómez,Granado,Loyo &Perez, 2011).

En nuestra sociedad la información esta globalizada, tanto en el ámbito público o privado, uno de ellos es el turismo porque tiene características especiales que explican de forma cronológica un objetivo . Los Sistemas de Información Turísticos, se presentan de diferentes formas tales como escritos (boletines, revistas, trípticos, etc.), tecnológicos (páginas web), atención directa al cliente (módulos de información) (Planells, M. 2014)

Toda información necesita de un emisor, un receptor y un canal. El emisor es la persona que emite la información del objetivo, el receptor es el turista que coge la información proporcionada por las entidades, y el canal es el medio por el que circula la información tecnológica. (Centeno, et al., 2011).

La información que llega a los turistas puede ser de dos clases:

De Origen cuyo principal objetivo es atraer al turista a un destino determinado. o cuando está en el destino turístico entregar al turista datos de utilidad para inducirlos a visitar o a comprar. Y

Genérica que se subdivide en dos: de Imagen temática, y Específica que se subdivide en: de producto, o de empresa.

En la Imagen temática, la información se proporciona a los turistas potenciales en su lugar de residencia, es decir siempre serán imágenes con características principales de un destino.

Específica cuando ya están en el destino. Es mucho mas concreta y trata de orientarles acerca de los productos que oferta ese lugar, las empresas o instituciones que lo proporcionan. (Planells, M. , 2014)

Información de la Oferta Turística

En la información de la oferta turística debe constar todos los servicios turísticos que se ofrecen del destino. Estos servicios son ofertados por el proveedor a las agencias de viajes; en los registros deben detallarse en forma ordenada los servicios que se van a prestar como :

1. Alojamiento (casa rural, camping , hotel)
2. Restauración (bares restaurantes)
3. Transporte (aéreo, marítimo, ferroviario,carretera)
4. Cultura (museos, monumentos, teatro, cine,festivales,fiestas tradicionales)
5. Deportes (montañismo, deportes acuáticos,aventura,acuáticos)
6. Ocio y diversión (club nocturnos,casino,bingos parques acuáticos)
7. Naturaleza (espacios naturales (Jazbeth (2011)).

La oferta turística es un producto heterogéneo. El turismo presenta una serie de alternativas distintas para el turista, la estacionalidad, vinculada a las estaciones climáticas de año refiriendose a las temporadas y ciclos de alta y baja producción.

En el Cantón Rumiñahui la información turística sólo se encuentra en el Departamento de Turismo del Ilustre Municipio Descentralizado de Rumiñahui. El actual jefe departamental es el Ing Patricio Rodriguez, quien comentó que el Departamento de Comunicación conjuntamente con el Departamento de Turismo, han creado paginas web y una” Guía de Turismo del Rumiñahui “ .

La información turística no existe, esto conlleva a una deficiente información sobre todos los atractivos turísticos; no existe ubicación exacta, horarios de visita, infraestructura hotelera.

Información del Mercado Turístico

El mercado turístico es donde fluye la oferta y la demanda de servicios y productos turísticos, el turismo como cualquier otro bien o servicio está compuesto por sus dos variables la oferta de productos y servicios y la demanda que está interesada , motivada, en adquirirlo y disfrutarlo, es decir, el mercado turístico esta compuesto por compradores y vendedores (Socatelli,M. 2015)

Marco Legal

Leyes vigentes del Ecuador

Según el Registro Oficial de la Ley del Turismo del Ecuador, (Registro Oficial Suplemento 733 de 27 diciembre 2002, será el instrumento normativo de la actividad turística en el país, tiene como objetivo principal determinar el marco legal para la promoción , regularización, y desarrollo del sector turístico, de acuerdo al Artículo 1.

El MINTUR, ha creado 14 reglamentos adicionales para que regularice y garantice la calidad del turismo, la protección de los recursos naturales y culturales, la guianza turística, la señalización turística, el expendio de bebidas alcohólicas , que están direccionados a la satisfacción y seguridad del cliente.

Ley de Turismo

Según la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2002)

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y fomentar e incentivar el turismo.

EL Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador al 2020 (PLANDETUR 2020), propuesta liderada por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y ejecutada por la empresa TOURISM & LEISURE ADVISORY SERVICES (T&L), busca potenciar en los próximos trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial

para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida, seleccionándose tres elementos fundamentales para su diseño: 1) sostenibilidad, 2) competitividad y 3) fortalecimiento del marco legal e institucional.

Para la ejecución de los planes cantonales de dinamización turística para los municipios descentralizados será un instrumento esencial para impulsar el turismo de manera planificada a largo plazo promoviendo la multiplicación de fuentes de empleo como base económica para el país y en especial en las comunidades locales, generando impactos en la gestión y manejo eficiente de los recursos naturales e incluir la oferta del patrimonio cultural resaltando sus particularidades y garantizando la conectividad para que se logre una efectiva integración con las rutas y circuitos nacionales. Se deberá coordinar las acciones con los municipios y juntas parroquiales. (Tourism&Leisure, 2007)

Marco Referencial

El turismo a nivel mundial ha sido el motor para que la mayoría de países se beneficien de los rubros económicos como también para el aumento del PIB. El Cantón Imbabura con su capital Ibarra es una ciudad que tiene una economía sustentable en base al turismo, que se plantea a través de la Dirección de Desarrollo Económico de GAD Municipal de Imbabura.

Según indicó Francisco Salazar, de la Dirección de Desarrollo Económico, la cultura y etnia, los paisajes naturales y sitios íconos de la urbe son los elementos que se buscan desarrollar para un turismo sustentable y convertir a la ciudad en un destino y no continuar como una ciudad de paso.

Todos los meses de Agosto, en los días 1,2, y 3 se llevan a cabo diálogos con los sectores de la industria como hoteles, establecimientos gastronómicos, bares, para la planificación de las actividades a realizarse en el mes de Septiembre que existe mayor afluencia en este Cantón de Ibarra.

El proyecto Geoparque impulsado por El Ministerio de Turismo, Prefectura de Imbabura, con la participación de aliados extratécnicos de todo este territorio, su objetivo principal es la conservación de los patrimonios, la educación, el desarrollo y bienestar de las comunidades, teniendo como base el Geoturismo (La Hora, 2019)

El turismo comunitario es un puntal fuerte en la provincia de Imbabura gracias a la autogestión del Ministerio de Turismo, promocionado a los pueblos mágicos de Cotacachi y

Otavallo. Según las estadísticas del Servicios de Rentas Internas, registró el año pasado 42.4 millones por actividades como alojamiento, y servicios de comida, enfocadas en el turismo (El Comercio, 2018)

El Gerente de la Empresa Pública de Energía Renovable y Turismo Cotacachi EP. indicó, que es la primera vez que invierte en las comunidades, en los atractivos turísticos como “La Laguna de Cuicocha”. Según el presidente de la comunidad de Perbuela manifestó que en la actualidad se ve el apoyo de las autoridades especialmente impulsando el turismo comunitario, en la construcción de paraderos turísticos (La Hora, 2019)

La ciudad de Quito, posee desde hace 33 años el título de Primer Patrimonio Cultural de la Nación, designado por UNESCO (Organización de las Naciones Unidas), este título lo sigue obteniendo como la Capital Americana de la Cultura, esta designación permite dar a conocer a nivel mundial a Quito como un referente internacional.

El Patrimonio del Centro histórico de Quito está conformado por 40 iglesias, 16 conventos y monasterios, 17 plazas, plazoletas y atrios, 12 salas capitulares y refectorios, 12 museos, que mantienen su arquitectura desde el siglo XVI. (Dirección Metropolitana Ambiental, 2008)

Entre los bienes patrimoniales tangibles muebles de reconocimiento a nivel internacional se tienen : La Iglesia de la Compañía de Jesús, la iglesia y Convento de Santo Domingo, La Catedral , la Basílica de la Merced , el Claustro e Iglesia de San Agustín , el Sagrario y la iglesia-convento de San Francisco de Quito.

Toda esta arquitectura colonial se encuentra asentada entre los volcanes andinos a 2.800 metros sobre el nivel del mar, en una superficie de 320 hectáreas, se encuentra El Patrimonio del Centro Histórico de Quito. Con la ayuda del informe preparado por el FONSA (2009:1-4) se manifiesta que después de varios años en rehabilitación, llegaron varias empresas privadas que eran relacionadas con la vivienda y el turismo rehabilitando varias edificaciones ayudando a que genere empleo e inversión local convirtiéndose en un modelo de desarrollo local (Fonsal, 2009).

Capítulo II

Diagnóstico del cantón Rumiñahui

Cantón Rumiñahui

Reseña Histórica



Figura 2. Cantón Rumiñahui- vista panorámica del “Parque Central Juan de Salinas” Tomado de: GADMUR 2016.

“Se localiza al centro-norte de la Región Interandina del Ecuador, sobre la parte del Valle de los Chillos, formando parte de la Hoya de Guayllabamba en la Provincia de Pichincha. Según los científicos Alexander Humbolt y Aime Bounpland denominaron “Avenida de los Volcanes”, a este paraje que nos brinda una amplia gama de reseñas históricas, y sus manifestaciones naturales”

Los conquistadores hispánicos, descubrieron que estaba ocupado entre el Pasochoa y el Ilaló y cruzado por los Ríos Pita y San Pedro. Los primeros habitantes llegaron desde la Amazonía hace más de 8.000 años, pues en efecto los arqueólogos han obtenido evidencias en la Hoya de Quito alrededor del cerro Ilaló, y en sitios como en Inga, San José y San Juan (Carrión, 2012, 17-21)

Hay evidencias de hombres y mujeres que en aquel tiempo se dedicaban a la caza de animales (mastodontes, venados, conejos, cuyes, patos etc) que vivían alrededor del volcán y se complementaban con frutos silvestres (calabazas, zambos, mellocos, maíz, etc). Ninguno eran cultivados , sino eran recolectados de la naturaleza. Para la caza utilizaba la obsidiana o piedra volcánica.

Para el siglo XVI , cuando establecieron contacto con los castellanos , ya existía una gran concentración indígena ubicada en Sangolquí, los indígenas bautizaron a esta región como Sangolquí que significa Sango (quichua) , alimento sagrado de maíz, zapallo, amaranto, y Qui (qutu), mitad, medio, o que divide, Sangolquí significa “Bebida ritual de la mitad del mundo”. (Carrión , 2012)

El Valle de los Chillos fue considerado desde la epoca colonial el granero de Quito, aquí se comercializaba productos que venían de Guano, Ambato,y de la Amazonia,y el 60% de los territorios estaba a cargo de las manos de órdenes jesuitas, y la mayoría de indígenas trabajaban en estas haciendas

La parroquia de Sangolquí del Cantón Quito en aquel entonces, realizó el primer desfile que se dio el 1 de Mayo de 1.938 , el día del trabajador, para pedir la cantonización del sector. El Sr Teodoro Arrieta, jefe de telégrafos de la ciudad de Sangolquí, juntamente con Enrique Tello y Gustavo Sosa, efectúan la primera reunión de la Liga de Patriotas para la cantonización Sangolquí.

El 4 de Mayo 1938 se presenta un documento con 3.600 firmas, al Jefe Supremo de la República del Ecuador, el General Gil Alberto Enrique Gallo, para que decrete la cantonización a la parroquia de Sangolquí. El 31 de mayo 1.938 se declaró a Sangolquí, Cantón Rumiñahui , se puso el nombre del Indígena Rumiñahui en memoria del único héroe autóctono del Reino de Quito, mediante el decreto N° . 169. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2010)

Sector Turístico

El Cantón Rumiñahui por estar situado a 30 minutos de la capital , tiene un gran privilegio, ya que es visitado por propios y extraños. Al tener una extensión territorial (132.78 km²) posee un gran potencial de recursos turísticos ubicados en sus parroquias urbanas Sangolquí, San Rafael, San Pedro de Taboada y en sus rurales Cotogchoa y Rumipamba.

En estos parajes se pueden realizar diferentes actividades turísticas como agroturismo y ecoturismo, bicicleta de montaña, pesca deportiva, canoping, además de su gran variedad de gastronomía ,y artesanías de la localidad.

Este cantón reúne sitios amplios verdes que lo convierten en un destino obligatorio para visitar como sus cascadas entre las que destacamos: Cóndor Machay, Vintuña, del Pita, Padre Urco, Molinuco, Rumibosque; otro gancho turístico son los museos de Eduardo Kingman y el Mausoleo en honor al prócer Juan de Salinas. (Redacción El Comercio, 2016)

Las edificaciones antiguas del centro histórico tienen una gran belleza histórica tanto que fue proclamado Patrimonio Cultural de la Nación. Entre las más reconocidas tenemos la Iglesia Matriz de Sangolquí con 90 años de construcción.

Entre la infraestructura gastronómica, su plato estrella el Hornado, y en el sector de Selva Alegre a unos minutos de El Colibri se puede degustar de platillos como el Cariucho, fritada, mote con chicharrón, chicha de jora, cuyes asados, caldo de gallina criolla (Redacción El Comercio, 2016)

El reto principal es dar a conocer a los visitantes la gran mega diversidad que tiene el cantón, mediante los principios y técnicas estadísticas en todas las fases de producción del producto o bien a ofertar. Se tomará en cuenta que los días que más afluencia tiene son fines de semana y los días feriados. Otro punto importante es el servicio al cliente parte neurálgica para la captación de nichos de mercado, mediante la utilización del marketing digital, en vallas publicitarias y en sitios específicos de la ciudad que otorguen información.

Descripción de los atractivos turísticos del cantón Rumiñahui

El Valle de los Chillos tiene un clima subtropical de tierras altas, que oscila entre 10 y 29 grados centígrados, conocido por su fecundidad y verdor, frente a la cordillera y nevados, en su territorio conviven varios ecosistemas: matorral húmedo montano, bosque de neblina montano, páramo herbáceo y páramo arbustivo.

Este cantón por estar muy cerca a Quito, tiene un parque industrial muy grande y la mayoría de gente de Quito se traslada al valle en grandes masas, Rumiñahui, es un cantón que tiene gran actividad económica. (Carrión, 2012)

Los límites del Cantón Rumiñahui son los siguientes:

Norte: Cantón Quito, urbanización la Armenia

Sur: Monte Pasochoa y Cantón Mejía

Este: Cantón Quito

Oeste: Cantón Quito, Río San Pedro de Cuendina

Noreste: San Pedro del Tingo

En cuanto a su división política esta es:

- Sangolquí cabecera Cantonal de Rumiñahui
- San Rafael parroquia urbana de Sangolquí
- San Pedro de Taboada parroquia urbana de Sangolquí
- Cotogchoa parroquia rural de Sangolquí
- Rumipamba parroquia rural de Sangolquí (Prefectura de Pichincha, 2017)

Zonas urbanas

Tabla 1. *Atractivos turísticos de las zonas urbanas*

N°	ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
1	Iglesia Matriz	Manifestación cultural	Histórica	Arquitectura Religiosa
2	Monumento Aya Huma	Manifestación cultural	Histórica	Arquitectura Vernácula

Sacado de: Boullón, R.(2004).Planificación de Espacios Turístico

Zona rural

Tabla 2. *Atractivos turísticos de las zonas rurales*

N°	ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
3	Cascada Kimsa	Manifestación Natural	Natural	Cascada

Sacado de: Boullón, R. (2004). Planificación de Espacios Turísticos

Los objetos de estudio para el plan de desarrollo turístico son:

- 1.-Iglesia Matriz de Sangolquí
- 2.-. Monumento Aya Huma
- 3.- Cascada Kimsa

En los actuales momentos, sobre estos atractivos no existe una información suficiente y esto conlleva a que el turismo sea escaso y el visitante escoja otros sectores para visitar.

Zonas Urbanas

Iglesia Matriz de Sangolquí



Figura3. Iglesia Matriz de Sangolquí- Iglesias Católicas. (2018). Tomado de <http://iglesias-caticas.com/es/iglesia/sangolqui-matriz-de-sangolqui>

La Iglesia Matriz de Sangolquí se encuentra en pleno centro del casco colonial entre la calles Bolívar y Eloy Alfaro , su fachada es de estilo griego y romano, tiene más de 100 años de construcción, su fachada principal es hecha de piedra, y sus torrecillas y hornacinas son de corte romano, (Goyes, 2017)

La Iglesia Matriz o más bien dicho, la Iglesia San Juan Bautista, posee 200 elementos arquitectónicos, 40 decoraciones propias. Cada año en la época de Corpus Cristi desde la época de la colonia se escoge priostes para la semana mayor y para las 40 Horas, ellos son los encargados de seguir con los arreglos de esta majestuosa estructura cultural. (Goyes Vilaña, 2017)



Figura 4. Cascada de Kimsa- vista panorámica. Tomado de: <https://www.goraymi.com/es-ec/sangolqui/cascada-kimsa-a18514e25>

Cascada De Kimsa

La cascada de Kimsa se encuentra ubicada en la Reserva Ecológica Molinuco, a 15 kilómetros de Sangolquí, en su parte superior se forma la caída de 3 cascadas al mismo tiempo, la caída de estas vertientes es de aproximadamente 60 metros de altura. (El Telégrafo, 2019)

Kimsa en quichua quiere decir tres por eso es su nombre, la caída de sus aguas forma un arco iris dependiendo de la hora y posición del sol. Para llegar a sus parajes la caminata es de aproximadamente 40 minutos. Al llegar al sitio el Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui ha colocado un puente colgante el cual es muy seguro y al aproximarse a la cascada le llega una refrescante llovizna a los turistas. Además, su flora y fauna es muy abundante y lo que más denota en este entorno son los colibríes de colores. (El Telégrafo, 2019)



Figura 5. Monumento de Aya Huma- El Comercio (2017). Tomado de: <https://www.elcomercio.com/construir/sanpedrodetaboada-ayauma-intercultural-escultura-ambientes.html>

Monumento Aya Huma

El monumento Aya Huma se encuentra localizado en la parroquia de San Pedro de Taboada, tiene sus orígenes en las festividades ancestrales de la provincia de Pichincha e Imbabura. Es un personaje asociado a las festividades del solsticio (junio). Esta escultura mide aproximadamente 12m de alto

Esta escultura siempre está presente en todas las festividades culturales del cantón, su careta de doble cara, y su axial o cabestro siempre muy afilado sirve para castigar a quien se sale de su compostura. (El Comercio, 2017)

Crespo el escultor dice: “Que la máscara representa el dominio sobre el tiempo, la una cara mira al sol naciente, y la otra al poniente; al pasado y el futuro, el día y la noche, al sol y la luna. En su corona están 12 puntas en alusión a los meses del año, son serpientes que simbolizan la fertilidad y el renacimiento de los ciclos agrícolas”. (El Comercio, 2017)

Proyectos de Desarrollo para el Cantón Rumiñahui

El Ilustre Municipio Decentralizado del Cantón Rumiñahui, enfocado en un desarrollo sostenible ente las comunidades , las entidades públicas y las organizaciones privadas para impulsar los atractivos turísticos de cada zona se encuentra habilitando proyectos como:

- Mejoramiento de las vías de acceso a las diferentes áreas del Cantón Rumiñahui.
- Mayor cobertura de los servicios básicos.
- Permisos para las aplicaciones de cobertura de servicio de líneas de buses y aparato productivo existente
- Plan de Contingencia en Caso de desastres naturales o posible erupción del Volcán Cotopaxí.
- Creación de Nuevos UPC en todo el Cantón Rumiñahui para restringir la delincuencia.

(Dirección de Planificación y de Comunicación Social,2014, pág.37 -60)

Sistema Turístico

Infraestructura

La Infraestructura turística, es la obra básica de acceso a abastecimiento de agua, comunicación, transporte, puertos, eliminación de desechos, constituye la base para la estructura requerida por los turistas, que beneficia la economía local y el desarrollo turístico.

Tabla 3. Infraestructura Turística del Cantón Rumiñahui

TIPO	Sub-Tipo	Ejemplo
TRANSPORTE	Aéreo	Aereopuerto Mariscal Sucre
	Terrestre	Cooperativa los Chilllos Cooperativa Vingala Cooperativa Calsic Cooperativa Turismo
SERVICOS BÁSICOS	Agua	Agua potable , Reservoirio sistema Mushuñan
	Alcantarrillado	Canales de lluvia,aguas servidas.
	Residuos Sólidos	Rellenos sanitarios
	Energía	Plantas de energía,estaciones eléctricas,redes
COMUNICACIÓN	Telefonía fija	Andinatel
	Telefonía móvil	Movistar,Alegro
	Postales	
	Internet	CNT,Movistar, Claro

Nota. "Planificación del Espacio Turístico" Fuente Boullon Roberto (2005)

Planta Turística

Es la combinación de bienes y servicios que prestan servicios al turismo y que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia. Estos son:

Tabla 4. *Planta Turística del Cantón Rumiñahui*

TIPO	Sub-Tipo	Ejemplo
Alojamiento	Hoteles	Somergarden 3 estrellas
	Hosterías	La Carriona 5 estrellas
	Cabañas	Los Sauces 2 estrellas
Restauración	Restaurantes	El Viejo Roble 4 tenedores
	Cafeterías	El Huasco Chileno 5 tene.
	Comedores Típicos	Mercado central de Sangolquí
Esparcimiento	Discotecas,Cines,Parques	Parque Juan de Salinas
Otro servicios	Estacionamientos,Cambio de moneda,Guías,etc	Banco del Pichincha,

Nota. Planificación del espacio turístico. Fuente: Boullon Roberto (2005)

Certificaciones

EL Ministerio de Comercio e Industria y el Ministerio Turismo, mediante la Res.3160 de 2015, le permite a los prestadores de servicio turístico iniciar procesos de certificación en calidad turística **Q** . Esta certificación consiste en procesos voluntarios que el Organismo de Certificación por el Instituto Nacional de Normalización , ayuda a entregar documentos a los prestadores de servicios , comprometidos con la gestión sostenible a obtener el distintivo Q de calidad, certificación internacional otorgada por TORURCERT de Alemania. Esta herramienta permite que el grupo interesado en obtener dicha certificación estandaricen en prácticas sostenibles , brindándoles mayor eficiencia en la gestión frente al mercado que actualmente busca destinos y productos sostenibles (Ministerio de turismo, 2015).

El Ministerio de Turismo prioriza su trabajo para mejorar y potenciar un servicio de calidad. De esta manera, el Cantón Rumiñahui se volverá más competitivo frente al resto de destinos. (Ministerio de turismo, 2015).

Instalaciones

Es todo el conjunto de bienes y servicios interrelacionados en la actividad turística

Tabla 5. Instalaciones turísticas del Cantón Rumiñahui

TIPO	SUB-TIPO	EJEMPLO
Montaña	Miradores,refugios, circuitos de senderos	Mirador del Vallecito, Senderos de la Cascada Kimsa
Generales	Piscinas,vestuarios,juegos infantiles,golf,puente	Río Pita, Casino de la Armada, San Rafael.

Nota. Planificación del Espacio Turístico.Fuente: Boullon Roberto (2005)

Vías Principales en el Cantón Rumiñahui de la Zona Rurales

Las vías de conectividad existentes que conectan el Cantón Rumiñahui con el Distrito Metropolitano de Quito y el Cantón Mejía , son:

- Vía San Fernando, desde la Ruta E-35 a San Fernando.
- Vía Loreto , desde la Ruta E-35 a Vía Pifo.
- Vía Amazonas que une la Troncal Metropolitana con la Autopista General Rumiñahui.
- Vía Amaguaña – Conocoto, que empata la Troncal Metropolitana en el sector de Santa Mónica
- Vía Arupos que atraviesa Conocoto y conecta con el Puente 9 Autopista General Rumiñahui hacia sector los Cuarteles.

En el Cantón Rumiñahui no existe una arteria principal para que haya una conectividad definida, sólo existe una red vial básica principal que conecta arterias locales y peatonales. (Gobierno Autónomo Decentralizado Rumiñahui,2018)

Vías Principal en el Cantón Rumiñahui de la Zonas Urbanas.

Las vías principales que conectan al Cantón Rumiñahui con el Cantón Quito:

- La Avenida Ilaló que atraviesa en forma horizontal uniendo Conocoto con Tingo.
- La E-35 que atraviesa al Cantón Rumiñahui en todo su ancho desde Amaguaña –Pifo.
- La Autopista General Rumiñahui que une al sector del Trébol hacia el Cantón Rumiñahui en forma longitudinal. (Gobierno Autónomo Decentralizado Cantón Rumiñahui, 2018)

Servicios Básicos:

Según el Municipio de Rumiñahui, en la actualidad existe una alta cobertura en servicios básicos:

- Red de agua potable 93%
- Energía Eléctrica 99.4%
- Recolección de Basura 96.01%
- Servicios Telefónicos 64%

Servicios Básicos de Cantón Rumiñahui



Figura 6. Servicios Básicos del Cantón Rumiñahui. Tomado de Dirección de Planificación y de Comunicación Social, 2014-2019, pág.77.

Comunicación Tecnológica

Según el Interactive Advertising Bureau (IAB) (2014), se realizó una investigación que muestra que 83% de las personas que acceden a internet en el país lo hacen a través de sus “smartphones” y el resto por medio de la computadora. El uso de estos dispositivos y principalmente del Internet es para realizar deberes, revisar correos y redes sociales.

(IAB) dice que las redes sociales son el segundo sitio web más visitado por los ecuatorianos. (El Comercio, 2015)

Usos de tecnologías en Ecuador 2013-2014



Figura 7. Usos de tecnología en Ecuador 2013-2014. Fuente: Diario El comercio.Economía,(2015)

Oferta Turística

La oferta turística se compone básicamente de los atractivos con que cuenta un determinado destino, estas pueden ser de orden natural, como las Cascada de Kimsa, histórico-monumental como la Iglesia Matriz de Sangolquí, Monumento al Aya Huma, cultural y folclórico.

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (2002) se indica “Que en la oferta turística se relacionan: los prestadores de servicios, las comunidades locales,y las autoridades de los tres niveles de gobierno .El Gobierno establece un marco general a través de la construcción de servicios e infraestructura básica y garantiza la seguridad de los turistas, los prestadores de servicio ofrecen al turista las instalaciones de esparcimiento, recreación, alojamiento y alimentación, El medio ambiente provee de una gran variedad de recursos naturales. Y los habitantes tienen doble funcionalidad aportando los recursos humanos para la prestación de los servicios turísticos y difundiendo sus costumbres al visitante. “

Oferta comunidad Receptora

En el Sistema Turístico un elemento esencial es la comunidad receptora, se relaciona directa o indirectamente con los procedimientos de la planificación turística. El talento humano, trabajadores, y el resto de la población son los componentes claves para el desarrollo de

estrategías turísticas en su localidad. Estos dos elementos pueden estar interactuando o no. (Alcívar,I.2018, pág, 25-35).

Demanda Turística

Según la OMT dice “ El conjunto de turistas, de forma individual, o colectiva que están motivados por una serie de productos o servicios turísticos, con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado y a un precio determinado.”

Los excursionistas, cuya necesidad incluye el consumo, su motivación principal es apreciar las manifestaciones tanto naturales como culturales y convertirse en parte de la comunidad local utilizando sus servicios.

Ciclo de los Destinos Turísticos

Noguera,Pitarch y Espacia, (2011) dicen” Los destinos turísticos pasan por un proceso de evolución a través del tiempo.” . Es necesario conocer en qué etapa está el destino turístico para establecer estrategias adecuadas para los nichos de mercado existentes. En base a lo planteado los destinos poseen 4 etapas que son: Exploratorio, Implicación, Desarrollo, Consolidación.

- Cuando hay muy poca afluencia de turistas, es un territorio con pocas visitas, no se encuentra jerarquizado, se lo denomina a este singular sitio destino turístico exploratorio.
- La población se encuentra involucrada en las prestaciones de servicios turísticos, el entorno se encuentra jerarquizado, existe vialidad terrestre, posee todos los servicios básicos, se lo denomina ciclo de destino turístico en implicación.
- Tiene proyectos a largo plazo, reuniones entre los prestadores de servicio, empieza el incremento en la llegada de los turistas se denomina ciclo de destino turístico en desarrollo.
- Es representativo a nivel local, nacional, e internacional , existe sobrecarga del turista, tiene todos los servicios básicos, infraestructura completa, se le denomina ciclos de destino turístico en consolidación.

Sobrecarga de turistas, no existe planificación adecuada de proyectos , carreteras viales colapsadas, no hay renovación del sector , se lo denomina ciclo de destino turístico post-estancamiento. (Noguera Joan,Pitarch María Dolores y Esparcia Javier, 2010)

Los destinos turísticos poseen un grado de dificultad, ya que existen intereses por parte de los implicados en desarrollo y producción de los destinos turísticos y la complejidad de la relación con los habitantes de la zona por lo cual la comercialización y control de estos sitios deben estar orientados a la satisfacción de los participantes del sistema turístico. (Andreu, Bigné, & Font, 2008, pág 40.)

Un destino turístico también podrá subsistir generando satisfacción entre la población y los turistas mediante:

- Realización de controles sistemáticos de la satisfacción que percibe el turista al visitar el destino.
- La interacción entre la población local con el turista sea satisfactoria
- Construcción de infraestructura turística sin perjudicar el medio ambiente y a la comunidad local sobre el impacto que ésta pueda producir. (Andreu, et.al., 2008, pág.35).

Posicionamiento del Destino Turístico

La posición que podría ocupar un destino dentro del mercado turístico dependerá de los atributos que tengan estos. Según Otero (2008) “ Con un posicionamiento adecuado se logrará que el destino turístico ocupe una posición única en la mente de los visitantes, en relación a la oferta de la competencia ” que son:

- Los recursos originarios de la zona.
- Características del destino turístico
- Los elementos que marcan una diferencia con respecto a otras zonas (Tamagni & Zanfardini, 2010)

Marca del Destino Turístico

Una marca del destino , se compone de un nombre, un logotipo , unos símbolos y valores que se asocien a un territorio, representando su identidad. En este caso se realizará el logotipo de acuerdo a los diferentes atractivos turísticos que posee el Cantón Rumiñahui. Esta marca ayudará a reconocer los productos y servicios , para que sea percibida por el potencial turista.

Según Misión Turismo,(2014) “ La marca de un destino turístico es el sello que distingue a un lugar o destino de la competencia”. Es decir según la marca que ya posee el Cantón Rumiñahui y que no la podemos cambiar porque esta ya está implantada y no se percibirá como una oferta innovadora.



Figura 8. Marca del destino turístico Sangolquí. Fuente: Gobierno Municipal de Rumiñahui(2014)

Perfil del turista que visita el Cantón Rumiñahui

Según el sondeo realizado al Cantón Rumiñahui, se recibió un promedio de 269.500 habitantes en el año, sean estos por motivos comerciales o por turismo. La mayoría de personas que llega al Cantón Rumiñahui son de Quito. La estadísticas de flujo turístico no son tan precisas ya que la mayoría de turistas realizan actividades de recreación o simplemente un turismo de compras..

Tabla 6. Frecuencia de Visitantes desde la Ciudad de Quito al Cantón Rumiñahui

<u>Frecuencia por semana</u>	<u>Quito %</u>
Un fin de semana	51.69%
Dos fines de semana	23.29%
Tres fines de semana	7.47%
Cuatro fines de semana	17.56%
TOTAL	100%

Fuente: Turismo Interior Optur

Segmentación de Mercado

La segmentación del mercado turístico consiste en analizar la totalidad del mercado consumidor potencial, de acuerdo a sus características principales, entre estas tenemos:

- Geográficos (en qué sitios se encuentra el destino a promocionarse).
- Socioeconómicos, y demográficos (estilo de vida y personalidad)

- Relacionados con el beneficio o ventaja buscada. (Por qué ha elegido un destino turístico , o un hotel) (Casado,A.B ,& Sellers,R., 2010.)

Estrategias de Posicionamiento

Cuando se posiciona una marca en el mercado de un destino turístico para los nichos de mercado, sea este nacional o internacional se tomará en cuenta todos los atributos y bondades del mismo. (Serra,A, 2002, pág 30).

Convenios y programas de Cooperación Internacional

El acuerdo fue gestionado por la Dirección de Turismo con el Voluntariado Japonés JICA/ JOVC , el mismo que otorgó certificados de asesoría técnica en turismo resaltando los siguientes puntos:

1. Asesoría en la elaboración de un estudio de mercado de futuros destinos turísticos del Cantón Rumiñahui.
2. Diseño de la nomenclatura y señalética para el uso turístico.
3. Asesoría en el diseño de rutas turísticas.
4. Asesoría en las comunidades a explotarse el sistema turístico.

Capítulo III

Metodología

Para lograr conocer qué estrategias y lineamientos serían los adecuados para desarrollar un plan de calidad turística para el cantón Rumiñahui, se visitaron las ciudades de Sangolquí, San Pedro de Taboada, Rumipamba, y San Rafael cuyas poblaciones son:

- Sangolquí con 59.196 habitantes
- San Pedro de Taboada con 11.982 habitantes
- Rumipamba con 477 habitantes
- San Rafael con 9.952 habitantes

Métodos de Investigación

El presente estudio se basa en un enfoque cuantitativo y cualitativo.

Enfoque Cuantitativo El enfoque cuantitativo **parte** del estudio del análisis de datos numéricos, a través de la estadística, para dar solución a preguntas de investigación o para refutar o verificar una hipótesis (Hincapié, 2014)

Enfoque Cualitativo El enfoque cualitativo parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales (Hincapie, 2014). La investigación que se lleva a cabo es de tipo descriptiva, la misma que se encarga de estudiar hechos ocurridos en tiempo presente, con la ayuda de datos estadísticos (Méndez, 2011).

La investigación descriptiva, nos ayuda a identificar formas de conducta del ser humano, preferencias de consumo, decisiones de compra de los tres sitios turísticos a ofertar, el comportamiento social (Méndez, 2011). Se utilizará este tipo de investigación, ya que se busca realizar un análisis de la situación actual en cuanto al desarrollo turístico del Cantón Rumiñahui.

Modalidad de Investigación

Para el diseño de un Plan de desarrollo turístico para el cantón Rumiñahui se utilizara tipos de modalidades: Investigación Campo, Investigación Documental.

• **Investigación de Campo:** De acuerdo a los criterios de Arizaga, Rodríguez & Zúñiga (2007) quienes dicen que la investigación de campo es llevada a cabo en el lugar tiempo donde ocurren los fenómenos que van a ser estudiados, se realizaron encuestas en cada sector de los atractivos turísticos, y esta información fue de forma organizada y técnica en cada población de Sangolquí, San Pedro Taboada, Rumipamba y San Rafael que pertenecen al cantón Rumiñahui.

Así también como expresó Moreno, (2007) el investigador percibirá y registrará las características, condiciones y frecuencias que ocurrirá en el mismo. Por lo que mediante entrevistas al sector hotelero del cantón Rumiñahui se pudo obtener la percepción actual que se viene desarrollando en el lugar desde su enfoque.

• **Investigación Documental:** Basado en Bernal, (2007) es aquella que se realizara a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios. Registros, códigos, constituciones), etc. Es decir, se refiere al análisis de la información y datos divulgados por diferentes tipos de medios (Bernal, 2006)

La investigación que se llevó a cabo pudo extraer datos de fuentes ya existentes tanto del turismo del Cantón Rumiñahui, lo que ayudará a profundizar y ampliar el tema.

Técnicas para la recolección de datos

• **Encuestas:** De acuerdo a (Ildefonso & Abascal, 2017) Este tipo de técnica se utiliza a todo tipo de poblaciones, sexo, cultura, e idioma. Este tipo de encuesta será de tipo cerrada, opcional y de selección múltiple, está será dirigida a Sangolquí, San Pedro de Taboada, y Rumipamba.

• **Entrevistas:** Según Abascal (2017) dice que este tipo de técnica se utiliza en forma individual de todo tipo de población. Esta está directamente direccionada al Departamento de Turismo del Ilustre Municipio Descentralizado del cantón Rumiñahui, como también a personas que están involucradas en el desarrollo de la actividad turística como los dueños de agencias de viajes, hoteles, hosterías, hostales.

Para las encuestas se seleccionó a la población de Sangolquí a 401 personas en el parque central de la ciudad ubicado entre las calles Bolívar y Eloy Alfaro.

Para las entrevistas, se seleccionaron hoteles y agencias de viajes de San Rafael, utilizando un muestreo no probabilístico. La selección se basó en la opinión del investigador, tal como lo recomienda (Blaxter, 2002). En base al ordenamiento asignado por el Ministerio de Turismo, y para facilidad de la investigación se subdividió los hoteles de la región en: hoteles, hostales, hosterías de Primera, Segunda y de Tercera categoría.

En siete de estos se realizaron las entrevistas para obtener una amplia visión generalizada de la situación turística actual. Así también, existen diez agencias de viajes en el Cantón Rumiñahui, según datos obtenidos del Municipio del Cantón Rumiñahui, donde se realizaron entrevistas a cinco de ellas por ser su objetivo mercado prioritario al turismo receptivo

Población

Población es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener características comunes observables de un lugar y en un momento determinado. (Arias, 2016). La población que va a ser estudiada puede ser finita e infinita que tiene características en común. (Grande y Abascal, 2011, pág. 14). En este caso, la población está constituida por el total de visitantes que llegaron al Cantón Rumiñahui durante el año 2017 de acuerdo a lo publicado por el Departamento de Turismo del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui es de 269.500.

Muestra

La muestra es una parte de la población que va determinar la característica de la misma. Para ésta se utilizará el muestreo no probabilístico . De acuerdo a Méndez, (1995).”El muestreo no probabilístico también se lo puede denominar circunstancial debido a que los elementos que conforman la muestra no tiene especificada la probabilidad de estar incluidos en la misma”. La siguiente fórmula se utilizara para determinar el número de personas que constituye en la muestra . Mirar ápendice A

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

n = tamaño de la muestra
e = error de la muestreo

N = universo

$$n = \frac{269.500}{(0.05)^2 \times (269.000 - 1) + 1}$$

n = 401 personas

Se realizó un muestreo y esta información fue tabulada utilizando el programa estadístico para obtener el análisis de cuantas personas se tiene que encuestar.

Para cubrir el enfoque cualitativo se llevaron a cabo encuestas a los muestrantes es decir a los 401 personas que resultaron luego de la aplicación de la fórmula. Este análisis nos revelara el porcentaje de las propiedades y características específicas del Cantón Rumiñahui Para cubrir el enfoque cuantitativo se llevaron a cabo entrevistas a expertos en el área turística, como el Ing. Patricio Rodríguez, Director del Departamento de Turismo en el Cantón Rumiñahui. También se efectuaron las entrevistas a empleados y propietarios de los establecimientos de hoteles, hostales, restaurantes, en cada sector.

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Resultados e interpretación de las encuestas realizadas

Pregunta 1 Marque con una x si ha visitado alguna vez un lugar turístico en el Cantón Rumiñahui

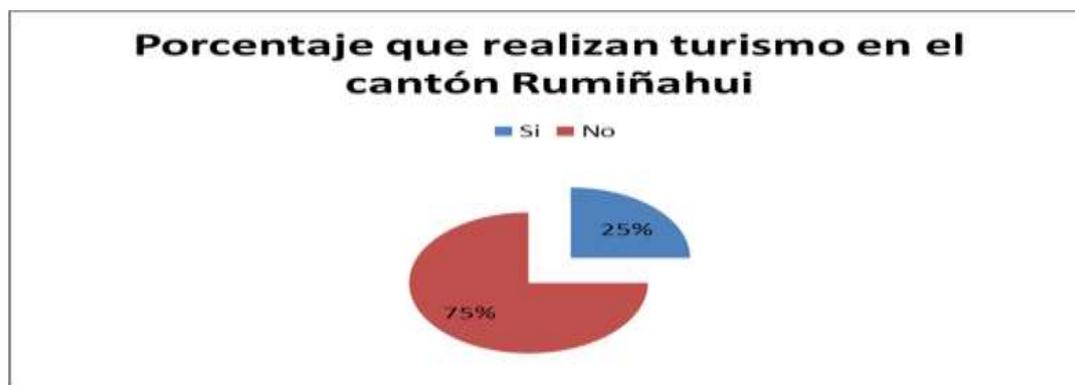


Figura 9. Resultado porcentual de la pregunta número uno de la encuesta realizada a los turistas del Cantón Rumiñahui.

Interpretación: Con la nuestra obtenida de 401 turistas, se demuestra que 75% que ingresa al Cantón Rumiñahui no ha entrado por turismo y el 25 % si lo ha hecho

Pregunta 2 ¿Qué es lo que más le llamo la atención al visitar el Cantón Rumiñahui?

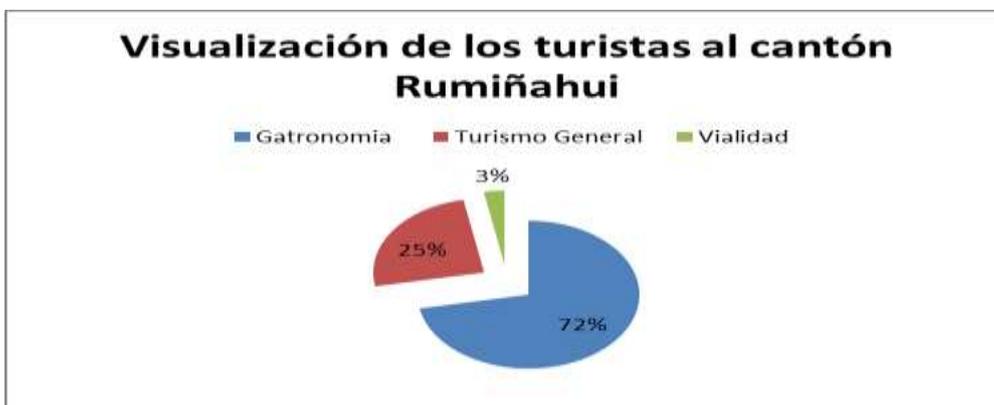


Figura 10. Resultado porcentual de la pregunta número dos de la encuesta realizada

Interpretación: Como se ve, el 72% los encuestados viene por gastronomía, con el 25% realizan turismo general, y con el 3% vialidad existente en el Cantón Rumiñahui

Pregunta 3 Por qué medios de comunicación se llegó a informar de los sitios turísticos del Cantón Rumiñahui

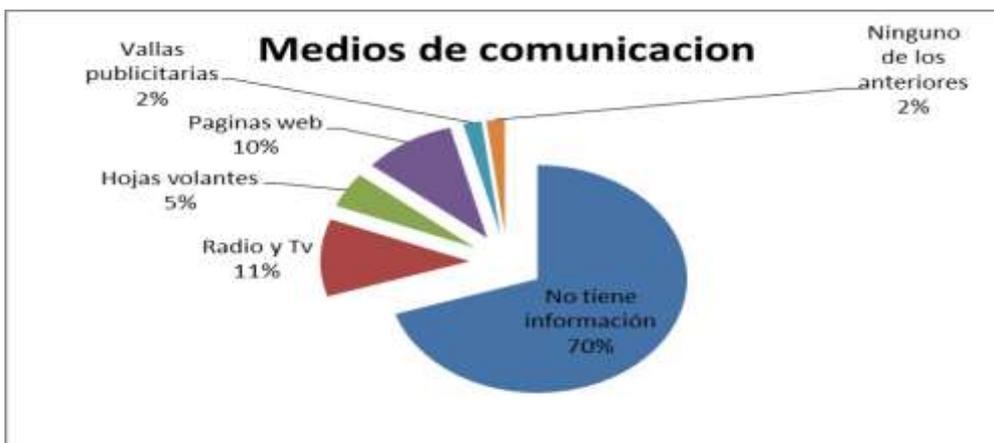


Figura 11. Resultado porcentual de la pregunta número tres de la encuesta realizada en el Cantón Rumiñahui

Interpretación: El 70 % de los encuestados no tienen información turística, un 11% tiene información por radio y T.V., un 10% a través de páginas web, un 5% mediante hojas volantes informativas, un 2% mediante vallas publicitarias, y ninguna de las anteriores %2

Pregunta 4 De los siguientes enunciados marque con una X si ha visitado

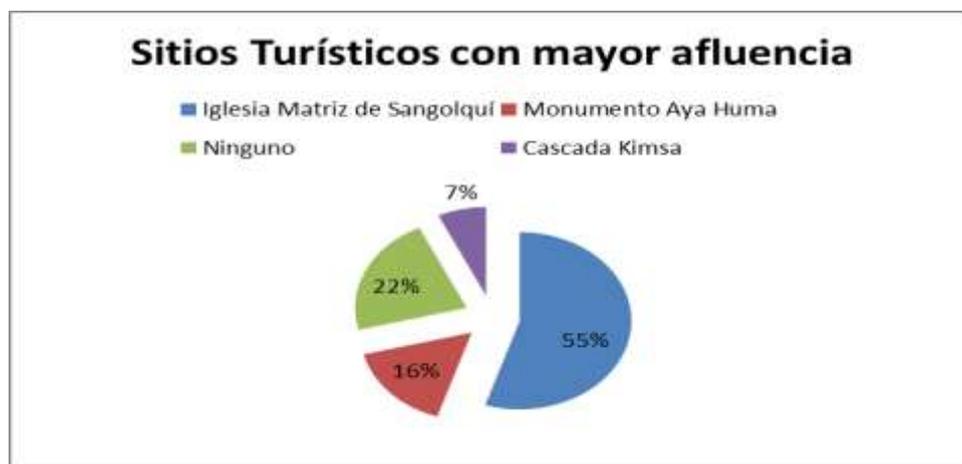


Figura 12. Resultado porcentual de la pregunta número cuatro realizado en Rumiñahui

Interpretación: El 55% los turistas conocen la Iglesia Matriz de Sangolquí, el 16% conoce el monumento al Aya Huma, el 22% no tiene conocimiento de los sitios turísticos, 7% ha visitado la Cascada de Kimsa

Pregunta 5 Marque con una X que le faltaría implementar adicional al sitio turístico



Figura 13. Resultado porcentual de la pregunta número 5 de la encuesta realizada en Rumiñahui

Interpretación: El 54% de los encuestados indicaron que guianza, un 30% mapas de ubicación de los sitios turísticos, y con 16 % existe señalética en cada sector.

Pregunta 6 ¿Con qué frecuencia visita al Cantón Rumiñahui? Marque con una X

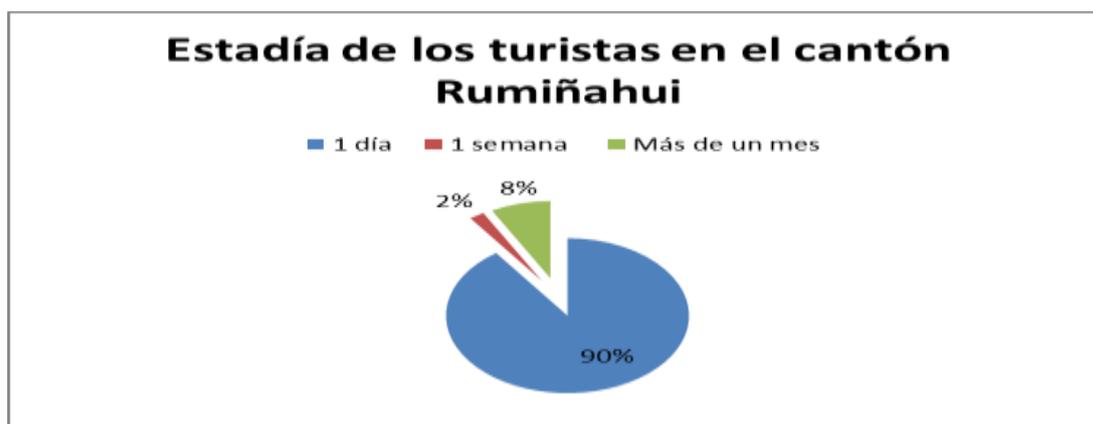


Figura 14. Resultado porcentual de la pregunta número 6 de la encuesta realizada en Rumiñahui

Interpretación: El resultado sobre la estadía fue: Un 90% se quedan un día. Un 20% permanecen una semana, y un 8% permanecen más de un mes

Resultados e Interpretaciones de las Encuestas realizadas

La mayor parte de turistas que llega al cantón Rumiñahui de la muestra arrojada indica que el 75% de personas que ingresan vienen por compras y el 25 % realizan turismo. De los 401 turistas que ingresaron, lo que más les llamó la atención en el Cantón Rumiñahui es su gastronomía con el 70%, con el 25% realizan turismo en general (compras, paseo, diversión) y el 3% de turistas están insatisfechos en cuanto a la vialidad.

No tienen información de sitios turísticos un 70%; la difusión en radio y T.V. solo la realizan dos veces al año en las Fiestas del Maíz y el Turismo, y en Carnaval por lo cual arroja 11%; en las páginas web que existen por medio del Ilustre Municipio de Rumiñahui sólo indican en la mayoría sobre pagos catastrales, información sobre nuevas obras para la localidad por lo cual el resultado arroja un porcentaje del 10%, en cuanto a hojas volantes informativas existe muy poca difusión con 5%, y en cuanto a vallas publicitarias es casi nula representa el 2%.

La mayoría de pobladores del cantón Rumiñahui son católicos, por los resultados obtenidos denotan que el sitio más visitado por el turismo local es la Iglesia Matriz de Sangolquí con el 55%, el Monumento Aya Huma es conocido por los pobladores de San

Pedro de Taboada pero solo un 16% conocen el verdadero significado de este; los turistas potenciales que llegan por compras desconocen de los atractivos turísticos de la localidad con el 22%, y la Cascada de Kimsa es muy poco conocida.

Según los potenciales turistas que llegan al cantón para observar los diferentes atractivos turísticos mencionaron que deberían implementar señalética, mapas de ubicación de los sitios turísticos y que los grupos de guianza existe muy pocos. De estos grupos la mayoría de personas pernoctan solo por un día, es decir el 90%, el 20% permanecen una semana y el 8% permanecen por más de un mes.

Resultados e Interpretaciones de las Entrevistas realizadas a los Prestadores de Servicios

Al conversar con los entrevistados sobre los lugares que promocionaron, ellos manifestaron que ocasionalmente entregan la guía turística a sus clientes ya que el turista cuenta con internet portátil y la información les llega directamente desplegando la página web del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui.

Los hoteleros indicaron que cuando el turista les pide información y ellos no tienen, les indican sitios cercanos que pueden ir, o se les indican que rutas son las más cercanas para conocer los sitios turísticos. Es más, uno de ellos manifestó que en la entrada de su establecimiento él ha colocado una pancarta de 4x4 para que los visitantes sepan dónde están los lugares turísticos que a simple vista se podrán observar.

En cuanto a los folletos publicitarios del inventario turístico indicaron que sólo se los entregan cuando ellos se acercan al Departamento de Turismo a resolver asuntos puntuales de cada establecimiento. Sólo allí les entregan la Guía de Turismo y postales. Es decir, una sola vez al año. Todos los establecimientos saben que esta Guía es una herramienta eficaz para difundir y promocionar sus empresas, pero no tienen ningún acuerdo con el Departamento de Turismo del Cantón Rumiñahui para que se les incluya en las mismas. Uno de los empresarios indicó inclusive que estarían dispuesto a pagar algún rubro anual para tener un sitio en este folleto.

Todos los establecimientos concuerdan que el 50% de su cartera turística es nacional, y que el otro 50 % es extranjeros; esto varía de acuerdo a la temporada del año. Uno de los

establecimientos manifestó que su nicho de mercado tuvo una variación cuando el equipo de fútbol de la localidad subió a Primera categoría, existiendo más afluencia de turismo extranjero.

En cuanto a las capacitaciones que son otorgadas por el GADMUR, los representantes de los establecimientos hoteleros fueron por primera vez el 24 de enero del 2017. Allí realizaron una comisión de hoteleros con designaciones de presidente, vicepresidente, Secretario y Tesorero para la zona de Rumiñahui.

La segunda reunión la realizaron el 12 de enero del 2018 tratando temas como: Servicio al Cliente, manipulación de alimentos, capacitaciones a los empleados, manejo de residuos para reciclaje, pero estas capacitaciones fueron otorgadas por la ESPE Escuela Superior Politécnica de las Fuerzas Armadas y no por parte del Departamento de Turismo del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui.

Los dueños de los hoteles y hostales también concuerdan que no existen convenios con GADMUR, que más bien existen trabas administrativas en cuanto a permisos ambientales, permisos de patentes, permisos de funcionamiento y que no tienen proyectos de iniciativa para incluirlos en la Guía preestablecida donde ellos podrían potencializar sus infraestructuras. Todos sugirieron que les gustaría mucho constar en la página web del Municipio y en la Guía de Turismo.

En base a un profundo análisis de las encuestas y entrevistas realizadas en el Cantón Rumiñahui, se cuenta con los elementos necesarios para proponer la repotencialización de los sitios turísticos, mediante una propuesta de elaboración de un plan a realizarse en tres etapas en el que se utilizarán las estrategias de marketing de posicionamiento de marca turística preestablecida con la necesidad de fomentar los tres sitios turísticos. Para ello se elaborará un presupuesto de los flyers, mapa ubicacional, y vallas publicitarias, así como también se elaborarán páginas web para las personas cibernautas.

Capítulo IV

Propuesta

La presente propuesta consiste en un proyecto de marketing en tres fases para promover el turismo de los tres atractivos turísticos:

Fase 1: Ingreso al mercado: Se hará un nuevo diseño de página web con la colaboración del Departamento de Comunicación del GADMUR, en un lapso de dos meses para que pueda esta salir a las plataformas virtuales de Google, Twitter, Facebook, e Instagram.

Para la creación de las vallas publicitarias se utilizará el mismo diseño y esta será creada en un mes, y su colocación al público será en el mes de mayo por ser las festividades patronales del cantón. La creación de mapas de ubicación y trípticos será realizada por el Departamento de Planificación GADMUR ya que ellos tienen la facilidad de los límites exactos de cada sitio turístico como también de las rutas de acceso, la propaganda de las cuñas publicitarias en radio y televisión

Fase 2: Posicionamiento en el mercado. Para su difusión se contratará la cooperativa de taxis Turismo que es la más relevante en la zona, ahí se colocarán dispositivos de pantallas led de una dimensión de 25 x 15 que serán colocadas en la parte posterior del asiento derecho de cada unidad para difundir los tres atractivos turísticos que estamos potencializando. Además, se construirán cinco islas publicitarias con la colaboración del Departamento de Turismo del GADMUR, ya que ellos cuentan con el personal de diseño gráfico. Estas islas serán construidas en los meses de marzo y abril y su exposición será en el mes de mayo.

Fase 3. Reuniones semestrales: Ya que el cantón cuenta con una amplia gama de infraestructura y esta es privada, mediante la colaboración del Municipio de Rumiñahui se efectuarán invitaciones en los meses de enero, junio y Julio para que estas entidades tengan charlas de servicio al cliente, manipulación de alimentos, y técnicas de restaurante.

Así también se crearán los grupos de personal de guianza quienes deben ser reclutados de la zona de cada sitio turístico. La reunión se realizará en el mes de marzo ya que el proyecto debe arrancar en el mes de mayo.

Toda la funcionalidad del proyecto será en seis meses. Ya que los resultados del marketing que se expone tendrán resultados en el mes de Julio ya que son fechas vacacionales y existe mayor afluencia de turistas

El **Objetivo General** del proyecto es la Elaboración de un plan de desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, basado en estrategias de Marketing a darse en tres fases.

Los objetivos Especificos son:

1.- Difundir los atractivos turísticos, que están preestablecidos en el Ministerio de Turismo como: La Iglesia Matriz de Sangolquí, El Monumento al Aya Huma y la Cascada de Kimsa, con la finalidad de difundir los atractivos turísticos mediante campañas publicitarias de flyers, vallas publicitarias, y redes sociales.

2.- Diseñar campañas de publicidad con la finalidad de promocionar los sitios turísticos mediante la difusión en la televisión nacional, radios locales, medios digitales, etc., así como la colocación de dispositivos electrónicos en las Cooperativas Turismo.

3.- Se ejecutarán talleres de capacitación a los prestadores de servicios con la intervención de la Dirección de Turismo.

Análisis Situacional

El análisis de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades muestra cada una de las características que posee los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui la cual rendirá una base para solventar posibles dificultades.

Tabla 7. *FODA Análisis de los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui.*

FORTALEZA		OPORTUNIDADES	
F1	Situación geográfica adecuada	O1	Nuevos nichos de mercados
F2	Equipamiento en buen estado	O2	Creación de nuevas infraestructuras
F3	Rutas de acceso definidas	O3	Oportunidades de trabajo
F4	Inventario de los atractivos turísticos	O4	Posesionar los atractivos turísticos a nivel nacional
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Personal no capacitado	A1	Crisis económica
D2	No existe rotulación	A2	Fenómenos Naturales
D3	Mala planificación	A3	Sitios turísticos estandarizados
D4	No existe comunicación con entes Superiores	A4	Mayor Logística

Para la Implementación de la propuesta de un plan de desarrollo turístico para el Cantón Rumiñahui, se decidió llevar a cabo las siguientes estrategias

Para la realización de este proyecto lo realizaremos en 3 fases:

- 1.- Ingreso al Mercado
- 2.- Posicionamiento en el Mercado
- 3.- Interacción con los prestadores de servicio , e interacción con el GADMUR para la creación de grupo de guianza

Tabla 8. *Fases para la realización del proyecto*

Fase	Descripción	Acciones	Actores	Estrategias
1	Ingreso al Mercado	Creación de Páginas web Creación de publicidad	Departamento de Comunicación del GADMUR Departamento Planificación GADMJUR	Creación e instalación de la página. Se realizarán pagos con Google, Twitter, Facebook e Instagram. Creación de vallas publicitarias. Propaganda por Radios y TV. Creación de trípticos, mapas de ubicación.
2	Posicionamiento en el Mercado	Creación De Islas Publicitarias	Departamento de Turismo GADMUR	Compra de dispositivos de TV para colocación en taxis. Creación de islas publicitarias en los principales centros de compras de la ciudad. Creación de Islas en las dos principales paradas terrestres de la ciudad de Quito.
3	Interacción con los prestadores de servicios	Reuniones semestrales	Departamento de Turismo GADMUR	Charlas :Servicio al cliente, manipulación de alimentos, técnicas de restauración.
	GADMUR	Creación de logística		Creación de grupos para guianza.

Tabla 9. Cronograma de actividades para la implementación del proyecto de marketing

Fases	Acciones	Estrategias	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
1	Creación de página web	Creación e instalación de la página	XX	XX					
		Se realizarán pagos con Google, Twitter, Facebook, e Instagram			XX				
		Creación de vallas publicitarias	XX						
		Creación de trípticos, mapas de ubicación. Propaganda por Radio y T.V.				XX	XX		
2	Creación de Islas publicitarias	Compra de dispositivos de TV para colocarlos en la compañía de taxis de Turismo			XX	XX			
		Creación de islas publicitarias en los principales centros de shopping de la ciudad			XX				
		Creación de islas en las dos principales paradas terrestres de la ciudad de Quito							
3	Reuniones semestrales	Charlas: Servicio al cliente, manipulación de alimentos, Técnicas de restaurante.	XX					XX	XX
	Creación de Logística	Creación de Grupos para guianza			XX				

Tabla 10. Presupuesto fase 1 y fase 2

No	Descripción	Detalle	Costo	Total
1	Elaboración de la página web turística para el Cantón Rumiñahui	La elaboración de la página	\$ 600	\$ 600
1	Publicación en Google	Instalación de la página anual	\$ 100	\$ 100
3	Anuncios publicitarios en Tiwertter, Facebook e Instagram	Anuncios Vistas anuales	\$ 480	\$ 1.440
2	Vallas Publicitarias	Publicidad anual	\$ 8.000	\$ 16.000
12.000	Trípticos	Publicidad visual cada millar	\$ 90	\$ 1.080
6.000	Mapas Ubicaciones	Publicidad visual cada millar	\$ 960	\$ 960
50	Compra de pantallas led 25x15	Auto publicidad	\$ 150	\$ 7.500
5	Creación de islas publicitarias	Stand	\$ 1.000	\$ 5.000
120	Cuñas publicitarias	Radio Canela	\$ 25	\$ 3.000
50	Letreros visibles	Señaléticas	\$ 12.00	\$ 600
	Total Fase 1 + fase 2			<u>\$ 36.280</u>

Tabla 11. Presupuesto fase 3

No	Descripción	Detalle	Costo	Total
2	Charlas con los prestadores de servicios	Facilitador	\$ 44.80	\$89.60
2	Grupo A	Coffee Break para 30 personas	\$2.50	\$150.00
2	Grupo A	Suministros para 30 personas	\$3.00	\$ 90
2	Grupo A	Alquiler de Equipos	\$25.00	\$50.00
3	Creación de logística	Personal de guianza	\$ 394.00	\$ 1.182
	Total, de presupuesto fase 3			- <u>\$1.561.60</u>

Tabla 12. Presupuesto de los facilitadores - profesionales

No	Descripción	Costo	Total
3	Equipo Profesional	\$ 990	\$ 2.970
	Total		<u>\$ 2.970</u>

A continuación, se visualizará la página web, flyers, mapas ubicaciones, redes sociales



Figura 15 Página Web



Figura 16. Valla publicitaria para el proyecto



Figura 17. Tríptico que se entregará en las islas situadas en los centros comerciales

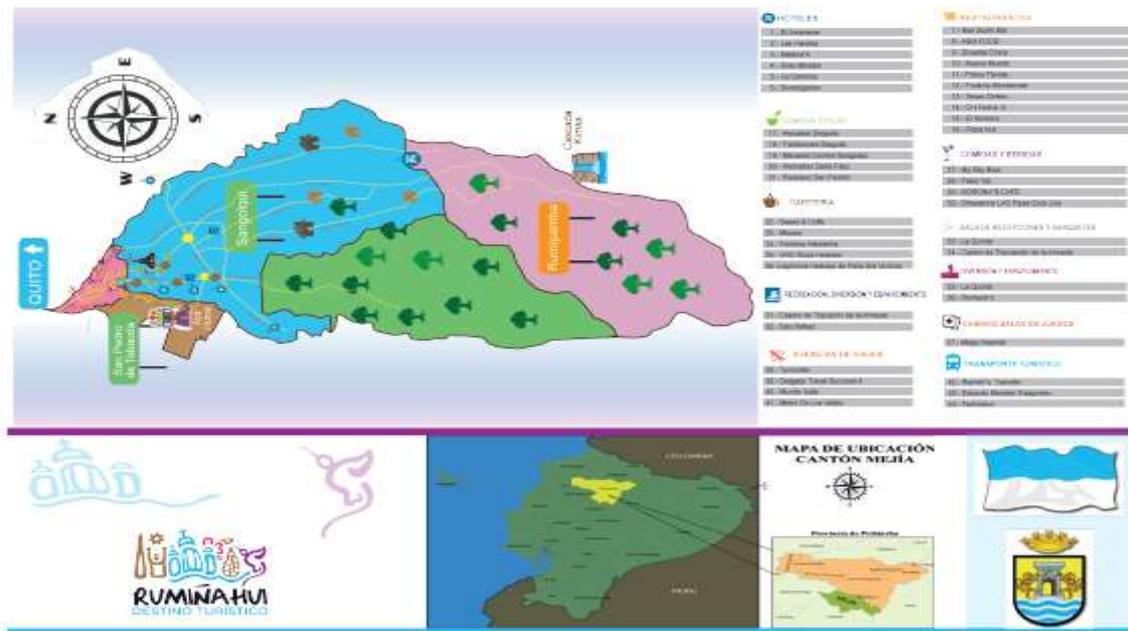


Figura 18. Mapas descriptivos de localización de los sitios turísticos, alojamientos, restaurantes, y rutas de acceso Anexo 2



Figura 19. Pantalla led incorporada en los taxis de la Cooperativa Turismo

Conclusiones

Diagnosticando el estado del sistema turístico del Cantón Rumiñahui, y teniendo toda la información exacta sobre dónde se encuentra cada sitio turístico se pondrá en marcha con la ayuda del Ilustre Municipio del Cantón Rumiñahui la creación y utilización de los folletos, trípticos, páginas web, vallas publicitarias y tables para tener apertura en nuevos nichos de mercado, para potencializar el turismo en el cantón Rumiñahui.

Al analizar los resultados de las encuestas realizadas a los turistas que ingresan al Cantón se identificó el perfil del turista reales y potenciales a ellos se les facilitará información exacta sobre dónde se encuentran cada sitio turístico mediante los folletos y trípticos que serán entregados en las islas publicitarias en los cinco puestos estratégicos

Debido al resultado de las entrevistas a los servidores de turismo, se colige la importancia de dar a conocer las falencias existentes que tiene GADMUR para difundir información sobre estas infraestructuras. Para ello se propone realizar la inclusión en los mapas de los sitios propuestos en este estudio, es decir Iglesia Matriz de Sangolquí, la cascada de Kimsa, y el monumento Aya Huma, para que el turismo tenga diferentes opciones de escoger.

Finalmente, se puede decir que esta propuesta es viable para el Plan de Desarrollo Turístico objeto de este estudio, ya que el Municipio Decentralizado del Cantón Rumiñahui tiene dentro del POA un rubro para la Dirección de Turismo.

Recomendaciones

1. Se recomienda utilizar las herramientas de marketing señaladas anteriormente para tener difusión de los tres sitios turísticos. Con la participación del Departamento de Turismo.
2. Se debe realizar las charlas con el sector turístico del lugar con los puntos anteriormente citados
3. Se debe actualizar las páginas web cada seis meses como también realizar los pagos en redes sociales, radio, TV. y servicios de transporte, para tener buena difusión con los nuevos nichos de mercado.
4. Esta investigación puede servir para futuros estudios y poder mejorar aún más esta propuesta.
5. Este estudio servirá para que otras personas puedan mejorar en plan de desarrollo turístico para el Cantón Ruminahui.

Referencias

- Abascal, I. &. (2017). *Fundamentos y Técnicas de investigación Comercial*. Madrid-España: Esic.
- Adrianalbis. (11 de Marzo de 2012). *Definición de Paquetes Turísticos y Características*. Obtenido de Definición de Paquetes Turísticos y Características: <https://www.clubensayos.com/Negocios/Definicion-De-Paquete-Tur%C3%ADstico-Y-Character%C3%ADsticas/152866.html>
- Alcívar Vera, I. (Septiembre de 2018). *Realidades del Turismo Local*. Manta: Ediciones Uleam. Obtenido de Realidades del Turismo Local.
- Alcívar Vera, Isidro. (2018). *Realidades del Turismo Local*. Manta: Ediciones Uleam. Obtenido de Realidades del Turismo Local.
- Altamirano, E. V. (Mayo de 2015). *El Repositorio ESPE*. Obtenido de El Repositorio Espe: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12330/1/T-ESPE-057135.pdf>
- Alvárez Cuervo, Raúl. (s.f.). *Jerarquización de los Recursos Turísticos*. Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-94-1987-pag77-100-43199.pdf>
- Alvarez, R. (1987). Jerarquizacion de los recursos turisticos. *Dialnet*, 77-100.
- Arias, J. (2016). El Protocolo de la Investigación III: la población de estudio. *Alergia Slaai*, 201.
- Asociación de Municipalidades del Ecuador. (20 de MAYO de 2010). *A.M.E.* Obtenido de <http://ame.gob.ec/ec/2010/05/20/canton-ruminahui/>

- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (20 de Mayo de 2010). *Los Municipios Somos la Patria*. Obtenido de Los Municipios Somos la Patria: <http://ame.gob.ec/ec/2010/05/20/canton-rumiñahui>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (15 de noviembre de 2018). *Los Municipios somos la patria*. Obtenido de Los Municipios Somos patria: <http://ame.gob.ec/ec/?s=sangolqui>
- Bernal, C. (2006). *Metodología para la Investigación para administración, economías, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson.
- Blanco, M. & Grupo Técnico de Apoyo del PRODAR-IIA. (Noviembre de 2008). *IICA*. Obtenido de Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34268458/Guia_para_elaborar_el_plan_de_desarrollo_turistico_de_un_territorio.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53U
- Blaxter, L. (2002). *Comó se hace una investigación*. Gedisa.
- Boullon, Roberto C-. (2006). El Sistema Turístico. En R. C. Boullon, *Planificación del Espacio Turístico* (pág. 31). Mexico: Editorial Trillas.
- Cabancos, N. (2006). Promoción y Venta de Servicios Turísticos. En N. Cabancos, *Comercialización de Servicios Turísticos* (pág. 206). España: Ideaspropias.
- Carrasco, J. (2017). Rumiñahui y sus Parroquias. cultura, tradición y progreso. En J. C. Molina, *Rumiñahui y sus Parroquias cultura, tradición y progreso* (pág. 145). Sangolquí-Ecuador: Ediciones Continente.
- Carrión , J. M. (2012). *Memorias Históricas del Cantón Rumiñahui*. Sangolquí: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui.

- Casado, J. y. (2010). *Introducción al Marketing*. Club Universitario.
- Castro Quesada, R. (2000). Definición de términos. En R. C. Quezada, *Elementos de Turismo* (págs. p, 5). Costa Rica: EUNED.
- Castro Quesada, R. (2000). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Euned.
- Castro Quesada, R. (2000). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Euned.
- Centeno, H. N. (12 de Febrero de 2011). *Sistema de Información Turísticos*.
Obtenido de Sistemas de Información Turístico:
<http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sistemas-informacion-turisticos/sistemas-informacion-turisticos.pdf>
- Comercio, E. (15 de julio de 2016). *El Cantón Rumiñahui reúne cascadas, museos y una amplia gastronomía*. Obtenido de
www.elcomercio.com/tendencias/rumiñahui-turismo-sangolqui-gastronomia
- Covarrubias Ramírez, Rafael. (2015). *Eumed.net*. Colima, México: Editado por Aervicios académicos Internacionales para euned.net. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- Crosby, A. (1996). *Elementos Básicos para un Turismo Sostenible en las Áreas Naturales*. Madrid: Editado por CEFAT.
- Crosby, A. (1996). Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas . En A. Crosby, *Elementos Básicos para un Turismo Sostenible en las Áreas Naturales* (págs. 15-16). Madrid: Centro de Europa de formación Ambientaly Turístico (CEFAT9).
- Crosby, A-Prato, N.-Solsona, J. (2009). RE-INVENTANDO EL TURISMO RURAL. En A. Crosby, *RE-inventando el turismo rural* (pág. 23). Barcelona: Laertes.
- Dirección de Planificación y de Comunicación Social. (2014-2019). Plan Estratégico Institucional GADMUR. En D. d. Social, *Plan Estratégico*

Institucional GADMUR (pág. 37). Sangolquí: Impresión Tercera Dimensión.

Dirección de Planificación y de Comunicación Social. (2014-2019). *Rumiñahui Gobierno Municipal*. Sangolquí: Impresión Tercera Dimensión. Obtenido de http://www.ruminahui.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=226&Itemid=193&lang=es

Dirección Metropolitana Ambiental. (2008). *Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Dirección Metropolitana Ambiental. Obtenido de Atlas ambiental del Distrito Metropolitano de Quito.

Ecoticias.com. (3 de Febreo de 2017). Qué es es el turismo sostenible. *El periódico verde*, pág. 1.

El Comercio. (18 de Mayo de 2017). *San Pedro de Taboada también tiene su aya uma*. Obtenido de San Pedro de Taboada también tiene su aya uma: <http://www.elcomercio.com/construir/sampedrodetaboada-ayauma-intercultural-escultura-ambientes.html>

El Comercio. (14 de abril de 2015). *El 24,3% de la oblación tiene un smartphone*. Obtenido de El 24.3% de la población tiene un smartphone: <https://www.elcomercio.com/actualidad/poblacion-internet-smartphones-redes-sociales.html>

El Comercio. (6 de Junio de 2018). *Imbabura es la más visitada en la zona 1 por extranjeros*. Obtenido de Imababura es la más visistada en la zoba 1 por extranjeros: <https://www.elcomercio.com/actualidad/imbabura-visitas-extranjeros-fronteranorte-turismo.html>

El Telégrafo. (Miércoles de Febrero de 2019). *Rumiñahui, un edén cerca de la capital(Galería)*. Obtenido de Rumiñahui, un edén de la capital (Galería): <https://www.el telégrafo.com.ec/noticias/larga/1/rumiñahui-un-cerca-de-la-capital-galería>

- Eligsermejor. (27 de febrero de 2017). *El Señor de los Puentes-Iglesia de Capelo*. Obtenido de El Señor de los Puentes -Iglesia de Capelo: <http://iglesias-catolicas.com/es/iglesia/parroquia-san-pedro-de-taboada-el-senor-de-los-puentes-iglesia-de-capelo>
- Eyssautier, d. I. ((2006)). *Metodología de la Investigación*. México: Thomson Learning.Inc.
- Fonsal. (2009). *Urbana arquitectónica del Centro Histórica de Quito*. Obtenido de Urbana arquitectónica del Centro Histórica de Quito: http://www.cmeal.org/documents/renovacionquito_ES.pdf
- Garcia Marchante, J. S. (2002). *La Función social del Patrimonio Histórico:El Turismo Cultural*. España: Universitarias Española.
- Garcia, J. (2002). La Función Social del Patrimonio Histótico: EL TRUISMO CULTURAL. En G. M. S., *La Funcion Social Del Patrimonio Historico: El turismo Cultural*. Cuenca: Humanidades.
- Goyes Vilaña, j. I. (8 de Noviembre de 2017). *La iglesia matriz de Sangolquí*. Obtenido de La Iglesia matriz de Sangolqui: <https://www.elcomercio.com/cartas/iglesia-matriz-sangolqui-cartas-dirección.html>
- Gurria Di-Bella, M. (1991). *Introduccion al Turismo*. Mexico: Trillas.
- Hérrnandez, F. B. (2010). *Métodologia de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hincapie, S. J. (28 de Enero de 2014). *Diseño de Investigación*. Obtenido de Diseño de Investigación: <http://sanjahingu.blogspot.com/2014/01/elaboracion-de-objetivos-de.html>
- Kotler,Philip.Lane.Kelvin. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
- La Hora. (5 de Enero de 2019). *Ministerio del Turismo compromete apoyo para que Imbabura sea un Geoparque*. Obtenido de Ministerio del Turismo com prometeapoyo para que Imababura sea un Geoparque:

<https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102141460/ministerio-de-turismo-compromete-apoyo-para-que-imbabura-sea-un-geoparque>

La Hora. (5 de Enero de 2019). *Paraderos turísticos fortalecen el turismo comunitario en Cotacachi*. Obtenido de Paraderos turísticos fortalecen el turismo comunitario en Cotacachi:

<https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102156833/paraderos-turisticos-fortalecen-el-turismo-comunitario-en-cotacachi->

LEIPER, N. (2004). Introduction to the tourisy Industry. En N. Leiper, *Tourism Management* (pág. 455). Nueva York: Amold; 3 edition.

LEMOS, L. (s.f.).

LEMOS, L. (2003). "Turismo: qué negocio é esse". En L. Luis, *"Un análiss a la Economía del Turismo*. Sao Paulo: Papirus,Campina.

Llamas, C. (Sin fecha). Marketing y Gestión de Calidad Turística. En C. L. Arjona, *Marketing y Gestión de Cálidad Turística* (págs. 51-52). Madrid: Libert Factory.

Lugue, J. (3 de Octubre de 2014). *Manifestaciones Culturales y Turisticas*. Obtenido de Manifestaciones Culturales y Turísticas:
<https://yazminmejias04.wordpress.com/>

Mastrangelo, A. (10 de Julio de 2009). *Ánalysis del Concepto de Recursos Naturales en dos estudios de caso Argentina*. Obtenido de *Ánalysis del Concepto de Recurso Naturales en dos estudios de casdo Argentina*:
<http://www.scielo.br/pdf/asoc/v12n2/a09v12n2>

Méndez, R. (2011). Investigación Fundamentos y Metodología. En R. Méndez, *Investigación Fundamentos y Metodología* (pág. 135). México: Person.

Ministerio de Turismo. (26 de 05 de 2015). *MinTur entrega el distintivo Q de calidad a establecimeintos turisticos*. Obtenido de MinTur entrega del distintivo Q de calidad a establecimeintos turisticos.

- Municipio de Rumiñahui. (2016). *Linea del Tiempo*. Sangolqui: impresion Guillermo Aguirre - Cátedra Digital.
- Nava Carbellino, V. M. (2005). *CONCEPTO, GURUS, Y MODELOS FUNDAMENTALES*. Mexico: Limusa- Noriega Editores.
- Nuñez Sanchez, J. (14 de Mayo de 2015). El Turimso Interno. *El Turismo Interno*.
- Pinos, M. (2016). Medición de los Impactos Ambientales. En M. Pinos, *Medición de los impactos Ambientales* (págs. 35-42). Guayaquil: no tiene editorial.
- Planells, M. (2014). *Sistemas y Servicios de Información Turistica*. España: Sintesis, S.A.
- Prefectura de Pichincha. (29 de Agosto de 2017). *Rumiñahui*. Obtenido de Rumiñahui: <http://www.pichincha.gob.ec/cantones/rumiñahui>
- Redacción El Comercio. (15 de julio de 2016). *El cantón Rumiñahui reúne cascadas, museos y una amplia gastronomía*. Obtenido de El cantón Rumiñahui reúne cascadas, museos y una amplia gastronomía: <http://www.elcomercio.com/tendencias/rumiñahui-turismo-sangolqui-gastronomía-museos.html>
- Redacción pais adentro. (15 de julio de 2017). Quito capto en 2016 el 41.5% de turismo que llego al Ecuador. *El telegrafo*.
- Reomerciodacción El C. (15 de Julio de 2016). *El Cantón Rumiñahui reúne cascadas, museos y una amplia gastronomía*. Obtenido de El Cantón Rumiñahui reúne cascads, museos y una amplia gastronomía: <https://www.elcomercio.com/tendencias/rumiñahui-turismo-sangolqui-gastronomía-museos.html>
- Reyes, A. (2002). Turismo Sostenible. En Á. Reyes, *Turismo Sostenible* (págs. pág 17- 24). Madrid (España): Iepala Editorial.

- Rumiñahui Gobierno Municipal. (s.f.). Visita Rumiñahui en Ecuador. En R. G. Municipal, *Guia Turística Rumiñahui* (pág. 60). Sangolquí: Dirección de Comunicación Social.
- Sánchez, J. (1 de Marzo de 2019). *Ekos*. Obtenido de Ekos:
<http://ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=11553>
- Sancho, A. (1998). *Introduccion al Turismo*.
- Serra, A. (2002). *Marketing Turístico*. Madrid: Pirámide.
- Socatelly, M. (2015). La Comercialización de Servicios-Productos y Destinos Turísticos Sustentables. En M. SOCATELLI, *MERCADEO APLICADO AL TURISMO* (pág. 1). Costa Rica.
- Social, D. d. ((S.F-)). *Plan Estratégico Institucional GDMUR 2014-2019*. Sangolquí: Impresión Tercera Dimensión.
- Tarlombani.Marcos. (2005). Turismo y Sostenibilidad.,Entre el discurso y la acción. *Estudios y Perspectiva en turismo*.
- Telegrafo, E. (23 de Septiembre de 2017). Cónдор Machay es un sitio magico y poco conocido. *Cónдор Machay es un sitio magico y poco conocido*, pág. A2.
- Timoteo, I. (2011). "Sistemas de Información Turística". En I. Timoteo, *Sistemas de informacion Turistica* (pág. 10). Puerto Ordaz.
- Toselli, C. (Junio de 2003). *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Obtenido de Portal Iberoamericano de Gestion Cultural:
http://imae.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a_ocio-06.pdf
- Turismo, D. D. (s.f.). *Hostal de los Volcanes*. Obtenido de Hostal de los Volcanes: http://hostaldelosvolcanes.com/html/casas_de_hacienda.html

- Turismo, M. d. (2007). *Plan Estrategico de desarrollode tursimo sostenible en Ecuador hacia el años 2020*. Quito.
- Turismo, M. D. (2016 de 07 de 2016). *Empresas Turisticas de Ecuador tendran el sello de certificación internacional*. Obtenido de Empesas turisticas del Ecuador tendran el sello de certificacion internacional:
<https://www.turismo.gob.ec/empresas-turisticas-de-ecuador-tendran-sello-de-certificacion-internacional/>
- Turismo, M. d. (2015 de 05 de 26). *Mintur entrega del distintivo Q de Calidad a establecimientos turisticos*. Obtenido de
<https://www.turismo.gob.ec/mintur-entrega-el-distintivo-q-de-calidad-a-establecimientos-turisticos/>
- Turmeo, I. (2011). " Sistemas de Información Turisticas". En I. Turmeo, *Sstemas de información Turísticas Turisticas* (pág. 10). Puerto Ordaz.
- Turmeo, I. (2011). "Sistemas de Información Turisticas ". En I. Turmeo, *Sistemas de Información Turisticas* (pág. 8). Puerto Ordaz.
- Universidad Interamericana para el desarrollo. (s.f.). *Fundamentos de Turismo*. Obtenido de
http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/lic/ET/FT/S07/FT07_Lectura.pdf
- Vizueté, V. (2016). *San Pedro de Taboada tambien tiene su Aya Huma*. Obtenido de San Pedro de Taboada tambien tiene su Aya Huma:
<http://www.elcomercio.com/construir/sanpedrodetaboada-ayauma-intercultural-escultura-ambientes.html>
- Vizueté, V. (18 de mayo de 2017). San Pedro Taboada tambien tiene su Aya Huma. *San Pedro Taboada tambien tiene su Aya Huma*.

Apéndices

Apéndice A. *Cálculo de la población turistas que ingresan al Cantón Rumiñahui*

La población en el presente caso es la población constixxxxxxxx que va ha ser estudiada esta consituida por el total de visitantes que llegaron al Cantón Rumiñahui durante el año 2017 . Hay 52 semanas en el año, 11 semanas son feriados otorgados por el Estado, y 1 semana por Fiestas del Maiz y el Turismo. Los dias feriados llegan 4.500 personas x 11 semanas de feriados al año es igual 49.500, en los días de feria semanal llegan 2.500 personas x 40 semanas restantes es igual a 100.000 personas que llegan. La sumatoria total es el resultado de visitantes que llegan al año al Cantón Rumiñahui

• Fiestas del Maíz y del Turismo		100 . 000
• Desfile del Carnaval		20.000
• Feriados otorgados por el Estado	+	49.500
• Feria semanal		100.000

Total de visistantes que llegan al año al Cantón		269.500



UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Apéndice B. Encuestas realizada a los turistas

1.- Marque con una X si alguna vez a visitado un lugar Turístico en el Cantón Rumiñahui.		
	Si
	No
2.- ¿Qué le llamo más la atención al visitar el Cantón Rumiñahui?		
	Turismo General
	Gastronomía
	Vialidad
3.- ¿Por qué medios de comunicación se llegó a informar de los sitios turísticos del Cantón Rumiñahui?		
	Vallas publicitarias
	Hojas Volantes.
	Páginas web
	Difusión por radio o T.V
	Ninguna de las anteriores
4.- De los siguientes enunciados marque con una X si ha visitado		
	La Cascada del Kimsa
	La Iglesia Matriz de Sangolquí
	El Monumento Aya Huma
	Ninguno
5.- Marque con una X que le faltaría implantar adicional al sitio turístico.		
	Guianza
	Señalética
	Mapas de ubicación de los atractivos turísticos
6.- ¿Qué lapso de tiempo está en el Cantón Rumiñahui? Marque con una X		
	1 día
	1 semana
	Más de un mes



UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Apéndice C. Entrevistas a los prestadores de servicios

1.- ¿ Promociona Ud. algún lugar turístico del Cantón Rumiñahu y Porqué?

.....
.....

2.- ¿ Cuenta con folletos publicitarios del inventario turístico del Cantón Rumiñahui para sus turistas? ¿ Y Ud sabía que esa herramienta le ayuda a promocionar su esablecimiento?

.....
.....

3.- ¿Dentro de sus clientes frecuentes tiene mas extranjeros o nacionales? Debido a que se debe.?

.....
.....

4.- ¿ Tienen Uds capacitaciones enfocadas a Turismo por parte del Ilustre Municipio de Rumiñahui? ¿ Sobre que temas?

.....
.....

5.- ¿ Tienen Uds convenios con el GADMUR para potencializar su establecimiento?. ¿ Cuáles son?. Cuáles le gustaría implementar?

.....
.....

Apéndice D. Detalle de la infraestructura del Cantón Rumiñahui

HOTELES

- 1.- El Amanecer
- 2.- Las Hiedras
- 3.- Malena's
- 4.- Gran Mirador
- 5.- La Carriona
- 6.- Somergarten

COMIDAS TÍPICAS

- 17.- Hornados Dieguito
- 18.- Tradiciones Dieguito
- 19.- Mercado Central Sangolquí
- 20.- Hornados Doña Faby
- 21.- Paradero San Pedrito

CAFETERÍA

- 22.- Sweet & Coffe
- 23.- Messie
- 24.- Fontana Heladería
- 25.- VHD Ricos Helados
- 26.- Legítimos Helados de Paila Sra Victoria

RECREACIÓN, DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO

- 31.- Casino de Tripulación de la Armada
- 32.- San Rafael

AGENCIAS DE VIAJES

- 38.- Turisvalle
- 39.- Delgado Travel Sucursal 4
- 40.- Mundo Valle
- 41.- Metro De Los Valles

RESTAURANTES

- 7.- Noe Sushi Bar
- 8.- ASIA FOOD
- 9.- Dinastia China
- 10.- Nuevo Mundo
- 11.- Pollos Florida
- 12.- Frutería Monserrate
- 13.- Texas Chiken
- 14.- CH Farina 6
- 15.- El Hornero
- 16.- Pizza Hut

COMIDAS Y BEBIDAS

- 27.- My Sky Blue
- 28.- Palco Vip
- 29.- BORONA'S CAFÉ
- 30.- Shawarma LAS Pipas Club Live

SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES

- 33.- La Quinta
- 34.- Casino de Tripulación de la Armada

DIVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO

- 35.- La Quinta
- 36.- Romano's

CASINOS, SALAS DE JUEGOS

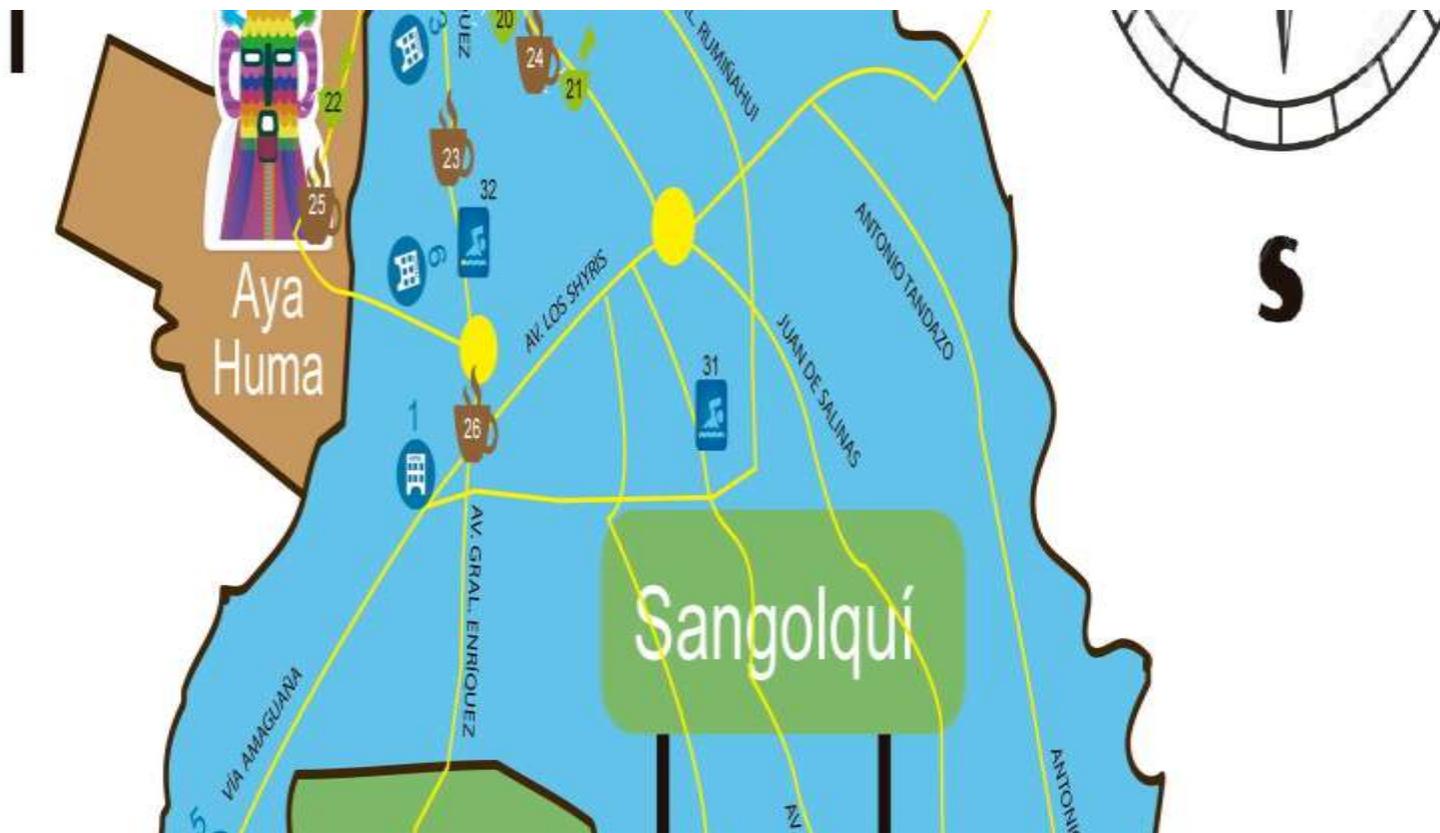
- 37.- Mega Imperial

TRANSPORTE TURÍSTICO

- 42.- Ramiro's Transfer
- 43.- Eduardo Morales Traspotes
- 44.- Tachistour



Apéndice E. Parte primera del mapa de los atractivos turísticos en el Cantón Rumiñahui-Sangolquí



Apéndice F. *Parte segunda de los atractivos turísticos del Cantón Rumiñahui- San Pedro de Taboada*



Apéndice G. . Parte tercera de los Atractivos Turísticos en El Cantón Rumiñahui –Rumipamba



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Tapia Marcillo, Clara Belén**, con C.C: # **171110855-0** autora del trabajo de titulación: Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 19 de marzo del 2019

Tapia Marcillo, Clara Belén

C.C: **171170855-0**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha.		
AUTOR(ES)	Clara Belén Tapia Marcillo		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Mirtha Mora Verdezoto, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	19 de marzo del 2019	No. DE PÁGINAS:	74
ÁREAS TEMÁTICAS:	<ol style="list-style-type: none"> Tendencias actuales del mercado turístico Proyectos para la inclusión económica, social e interculturalidad. Turismo consciente y sostenible. 		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Turismo, Marketing, Servicio Turístico, Cantón Rumiñahui, Oferta turística, Manifestaciones culturales		
RESUMEN/ABSTRACT:			
<p>The present theme "Tourism Development Plan for the Rumiñahui Canton, Pichincha Province", has as its main objective to potentiate the tourist attractions of the Rumiñahui Canton, by means of a diagnosis of the state of its tourist system to determine resources and offer them; the realization of a market study that identifies potential tourists and how, lastly, the design of a development plan that effectively drives tourism. Regarding the methodology, a quantitative and qualitative approach was used, that is, research tools such as surveys and interviews were used. The surveys helped to know the real situation seen by tourists. The interviews indicated the same from the point of view of the representatives of the hospitality sector. To complement the research, government media, newspapers, and certified internet pages that show real data that serve to make an effective proposal were used. Based on what has been described, a marketing project was structured, to be implemented in a period of six months, to promote three chosen tourist sites, its first phase being that of entering the market through the creation of web pages and advertising, secondly positioning effective in the market creating advertising islands in different sites and finally the dynamic interaction with service providers through semiannual meetings. In conclusion, this project would not only increase the flow of visitors, but also would help reactivate the local economy, the hotel industry, transportation, among others, with the cooperation of the Illustrious Municipality of the Rumiñahui Canton, who would widely support the project.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-	E-mail: belentapiam@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			