



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO

TEMA: EVALUACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL
CANTÓN PEDRO MONCAYO

AUTOR: DIANA PATRICIA ESPINOSA AGUILAR

DIRECTOR: MSc. YOARNELYS VASALLO VILLALONGA

IBARRA

2019

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la estudiante DIANA PATRICIA ESPINOSA AGUILAR, previo la obtención del título de Ingeniería en la especialización de Turismo, cuyo tema es **“EVALUACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Es todo lo que puedo certificar por ser justa y legal



.....
MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO

AUTORÍA

Yo Diana Patricia Espinosa Aguilar portadora de la cédula de ciudadanía número 1724461817, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“EVALUACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO”** es de mí autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que hemos consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra el 18 de septiembre del 2019



.....
Diana Patricia Espinosa Aguilar

C.I 1724461817

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	Diana Patricia		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Espinosa Aguilar		
DIRECCIÓN:	Calle Sucre y Rocafuerte- Tabacundo-Pedro Moncayo		
EMAIL:	dianyariana2016@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	022365980	TELÉFONO MÓVIL:	0963011166

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	EVALUACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO
AUTOR (ES):	Diana Patricia Espinosa Aguilar
FECHA: DD/MM/AAAA	18 de Septiembre 2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de Septiembre de 2019

EL AUTOR:


.....
Diana Patricia Espinosa Aguilar

DEDICATORIA

El esfuerzo plasmado durante mi carrera universitaria, así como en la realización del trabajo de investigación está ilustrado y dedicado así:

A Dios por darme sabiduría y fortaleza en los momentos de flaqueza, de alegrías y de los retos que son parte del trajín cotidiano de la vida.

A mi padre, Carlos, que siempre me ha brindado su apoyo cuando más he necesitado, con palabras de aliento impulsándome para ser mejor cada día.

A mi madre, Lilia, que siempre incansable, abnegada y fuerte, me ha ayudado cada día de mi vida, fomentando en mí valores de perseverancia, honestidad y humildad.

A mi hermano, André, que aun sin saberlo, es motivo para que yo siga adelante diariamente sin decaer y ser un ejemplo para él.

A mis familiares y amistades que han velado por mi bienestar, siendo un apoyo en todo momento, depositando su confianza en cada reto que se me presentó sin dudar de mí ni un solo instante.

A todos ustedes desde el fondo de mi corazón les agradezco infinitamente.

Diana Patricia Espinosa Aguilar.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento eterno a mi “Alma Mater, mi segundo hogar, mi adorada Universidad Técnica del norte, y en especial a mi Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Carrera de Ingeniería en Turismo, ya que fueron un templo de conocimiento a lo largo de mi vida estudiantil.

A todos mis docentes, quienes fueron participes activos de mi proceso de formación como Ingeniera, por su entrega y profesionalismo, siempre gracias.

A Dios y toda mi familia, sin los cuales sería imposible alcanzar todas mis metas, cumplir mis sueños y tener una razón para ser mejor cada día.

A todos ellos, mi más sincero agradecimiento.

Diana Patricia Espinosa Aguilar.

RESUMEN EJECUTIVO

Pedro Moncayo posee un alto potencial turístico para convertirse en un destino de visita nacional a futuro, debido a sus atractivos naturales y herencia cultural, está conformado por cinco parroquias, mismas que representan un potencial turístico para la provincia de Pichincha, pese a la existencia de productos turísticos la escasa afluencia de turistas es una problemática que se atribuye a varios factores tales como, falta publicidad turística, escasa información turística y carencia de actividades recreacionales, por tal razón el objetivo general de la investigación pretende, evaluar la gestión de los servicios y atractivos para el aprovechamiento y desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo, interpretado desde el sector público, sector privado, participación ciudadana y turistas. La metodología de la investigación es de tipo descriptiva, a raíz de la interpretación de hechos y acontecimientos, adicionalmente se realizó una investigación de campo en las áreas del estudio, además se utilizó técnicas como encuestas, entrevistas, fichas de recolección de datos y matrices FODA y DAFO. Como resultado de la investigación se han identificado los atractivos y recursos turísticos que posee el cantón, se realizó una evaluación de las condiciones del servicio turístico de los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte del cantón, desde el punto de vista de la calidad de la oferta de servicios, a raíz de ello fue necesario la determinación del perfil y las preferencias de la demanda, finalmente se establecieron estrategias de fortalecimiento turístico en el beneficio del sector turístico del cantón.

Palabras clave: Tolas de Cochasquí, Lagunas de Mojanda, Capital Mundial de la Rosa. Fiestas de San Pedro y Bosque Jerusalem.

ABSTRACT

Pedro Moncayo has a high tourist potential to become a future national visit destination, due to its natural attractions and cultural heritage, it is made up of five parishes, which represent a tourist potential for the Pichincha province, despite the existence of tourist products the scarce influx of tourists is a problem that is attributed to various factors such as, lack of tourist advertising, scarce tourist information and lack of recreational activities, for this reason the general objective of the research is to evaluate the management of services and attractions for the use and tourist development of the Pedro Moncayo canton, interpreted from the public sector, the private sector, citizen participation and tourists. The research methodology is descriptive, as a result of the interpretation of facts and events, additionally a field investigation was carried out in the study areas, as well as techniques such as surveys, interviews, data collection sheets and FODA instruments. As a result of the investigation, the tourist attractions and resources of the canton have been identified, an evaluation of the conditions of the tourist service of the canton's accommodation, food and transport establishments was carried out, from the point of view of the quality of the offer of services, as a result of which it was necessary to determine the profile and preferences of the demand, finally strategies of tourist strengthening were established for the benefit of the tourism sector of the canton.

Key words: Tolas de Cochasquí, Mojanda Lagoons, La Rosa Capital of the World. Festivals of San Pedro and Bosque Jerusalem.

ÍNDICE GENERAL

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	ii
AUTORÍA.....	iii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	iv
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
CAPÍTULO I.....	19
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.1. Antecedentes.....	19
1.2. Planteamiento del problema.....	21
1.3. Formulación del problema.....	22
1.4. Objeto de estudio.....	22
1.5. Objetivos.....	22
1.5.1. Objetivo general.....	22
1.5.2. Objetivos específicos.....	23
1.6. Preguntas de la investigación.....	23
1.7. Justificación.....	23
1.8. Descripción del área de estudio.....	25
CAPÍTULO II.....	28
2. MARCO TEÓRICO.....	28
2.1. Turismo.....	28
2.2. Turista.....	29
2.3. Desarrollo turístico.....	29
2.3.1. Etapas para el desarrollo turístico.....	30
2.3.2. Indicadores del desarrollo turístico.....	31

2.3.3.	Indicadores de respuesta social en el desarrollo turístico	32
2.4.	Buenas prácticas para el desarrollo local.....	34
2.5.	Ejemplos de buena practicas según dimensiones del desarrollo turístico.....	35
2.6.	Servicios turísticos.	37
2.6.1.	Servicio de hospedaje.	37
2.6.2.	Servicio de alimentación.	39
2.6.2.1.	Tipos de Servicio de alimentación.....	40
2.6.3.	Servicio de transporte.....	41
2.7.	Demanda.	43
2.7.1.	Tipos de demanda turística.	44
2.8.	Oferta.	45
2.8.1.	Componentes de la oferta turística.	45
2.9.	Análisis del consumidor.....	46
2.10.	Perfil del turista.	46
2.11.	Las motivaciones turísticas.....	48
2.12.	Estrategias en el sector turístico.....	50
2.12.1.	Principales características del fortalecimiento turístico.....	50
	51
	51
	51
2.13.	Estrategias aplicables al turismo	51
	51
CAPÍTULO III		53
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
3.1.	Tipos de investigación.....	53
3.1.1.	Investigación exploratoria	53
3.1.2.	Investigación de campo.....	53
3.1.3.	Investigación de campo.....	54
3.1.4.	Investigación aplicada.	55
3.2.	Métodos.	56
3.2.1.	Método Analítico-sintético.....	56
3.2.2.	Observación científica.	57

3.3.	Técnicas.....	57
3.3.1.	Entrevista.....	57
3.3.2.	Fichas de observación.....	58
3.3.3.	Cuestionario.....	59
3.3.4.	Matriz FODA y DAFO.....	60
3.4.	Instrumentos.....	60
3.5.	Población.....	61
3.6.	Muestra.....	61
CAPÍTULO IV.....		62
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	62
4.1.	Diagnóstico de la situación actual del desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo.....	62
	Guía de entrevista.....	62
4.2.	Caracterización los principales atractivos turísticos del cantón. Pedro Moncayo.....	73
4.2.1.	Lagunas de Mojanda.....	73
4.2.2.	Complejo Arqueológico Cochasquí.....	76
4.2.3.	Bosque Protector Jerusalem.....	79
4.2.4.	Museo de la Santísima Virgen de Natividad.....	81
4.2.5.	Museo Nuestra Raíz.....	83
4.2.6.	Molino “El Cucho”.....	86
4.2.7.	Guioneros de Semana Santa.....	87
4.2.8.	Fiestas de San Pedro.....	90
4.2.9.	Fiestas de Cantonización y Cosecha.....	93
4.2.10.	Fiestas en honor a la Virgen Santísima de Natividad.....	95
4.2.11.	Feria de la Rosa.....	97
4.3.	Determinación de las condiciones de los servicios turísticos en los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte.....	99
4.4.	Conocimiento del perfil y preferencias de la demanda turística del cantón... ..	110
4.4.1.	Edades promedio de los visitantes.....	110
4.4.2.	Nivel de educación.....	111
4.4.3.	Nacionalidad.....	112
4.4.4.	Medios de información y promoción.....	113

4.4.5.	Factor influyente de visita	114
4.4.6.	Medio de movilización.	115
4.4.7.	Nivel de gasto.	116
4.4.8.	Tiempo de estadía.	117
4.4.9.	Servicios Turísticos.	118
4.4.10.	Servicio de Hospedaje.....	119
4.4.11.	Servicio de Alimentación.....	120
4.4.12.	Servicio de Transporte.....	121
4.4.13.	Atractivos turísticos.....	122
4.4.14.	Manifestaciones culturales.	123
4.4.15.	Actividades recreacionales.	125
4.5.	Establecimiento de estrategias de mejoramiento turístico en el cantón Pedro Moncayo.	126
4.5.1.	Estructuración del FODA	126
4.5.2.	Elaboración D.A.F.O.....	127
4.5.3.	Priorización de las estrategias.	130
4.5.4.	Aplicación de las estrategias	131
	-Definición de la estrategia N° 3	133
	-Definición de la estrategia N°4.....	134
	-Definición de la estrategia N°5.....	135
CAPÍTULO V.....		136
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	136
5.1.	Conclusiones.	136
5.2.	Recomendaciones.	137
Bibliografía		139
LINKOGRAFÍA.....		142
ANEXOS.....		144
	Anexo 1 árbol de problemas.	145
	Anexo 2 Guía de encuesta.	146
	Anexo 3 Fotografías de la realización de la entrevista.	147
	Anexo 4 Fichas de MINTUR.....	147
	Anexo 5 Ficha INPC	156

Anexo 6 Ficha de operaciones turísticas empresas de alojamiento.....	158
Anexo 7 Fichas de operaciones turísticas de empresas de alimentación.	164
Anexo 8 Fichas de registro de empresas de transporte.	170
Anexo 9 Encuesta.....	171
Anexo 10 Fotografía de la realización de la encuesta en las Lagunas de Mojanda.	176
Anexo 11 Matriz FODA	177
Anexo 12 Matriz DAFO.	177
Anexo 13 Informe de URKUND	178
Anexo 13 Informe URKUND.....	178

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo de estrategias y sus características	30
Tabla 2 Tabla de indicadores de respuesta social	33
Tabla 3 Características de fortalecimiento.....	50
Tabla 4 Estrategias	51
Tabla 5 Instrumentos utilizados	60
Tabla 6 Caracterización Lagunas de Mojanda.....	73
Tabla 7 Caracterización del Complejo Arqueológico Cochasquí	76
Tabla 8 Caracterización Bosque Protector Jerusalem.....	79
Tabla 9 Caracterización del Museo Santísima Virgen de Natividad.....	81
Tabla 10 Caracterización Nuestra Raíz	83
Tabla 11 Caracterización Molino "El Cucho".....	86

Tabla 12 Caracterización Fiesta Tradicional de Semana Santa	87
Tabla 13 Caracterización Fiestas de San Pedro.....	90
Tabla 14 Caracterización Fiestas de Cantonización y Cosecha	93
Tabla 15 Caracterización Fiestas de la Santísima de Natividad	95
Tabla 16 Caracterización Feria de la Rosa.....	97
Tabla 17 Registro de establecimientos de alojamiento.....	101
Tabla 18 Registro de establecimientos de alimentación	104
Tabla 19 Registro de Compañías de transporte	107
Tabla 20 Matriz FODA.	126
Tabla 21. Matriz DAFO.	127
Tabla 22. Priorización de estrategias	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica Pedro Moncayo.	25
Figura 2. Ubicación de las parroquias de Pedro Moncayo.....	27
Figura 3. Principales tipos de servicio de alimentación.....	41
Figura 4. Esquema de la relación de medios de transporte con otras facilidades turísticas	43
Figura 5. Ejemplos de oferta turística.	45
Figura 6 Logotipo Marca ciudad del cantón Pedro Moncayo	71
Figura.7 Cabañas ubicadas en las Lagunas de Mojanda.	74
Figura 8. Tolas de Cochasquí.....	77
Figura 9. Área de camping del Bosque Protector Jerusalem.....	79

Figura 10 Sala que expone elementos religiosos del museo.	81
Figura 11. Virgen de la Raíz.	83
Figura 12. Molino "El Cucho"	86
Figura 13. Procesión de Domingo de Ramos.	88
Figura 14. Huasicamas reuniéndose para participar en el desfile.....	91
Figura 15. Desfile de la Alegría.....	93
Figura 16 Procesión con la imagen de la Virgen de Natividad.....	95
Figura 17. Arreglo floral más grande del mundo	97
Figura 18. Edades de los encuestados	110
Figura 19. Nivel de educación de los encuestados.....	111
Figura 20. Ocupación de los encuestados.	111
Figura 21. Nacionalidad de los visitantes.....	112
Figura 22. Medio de Información y promoción.....	114
Figura 23. Factor de influencia.....	114
Figura 24. Medio de transporte utilizado.	115
Figura 25. Nivel de gasto promedio.	116
Figura 26. Estadía.....	117
Figura 27. Servicios turísticos.	118
Figura 28. Servicio de hospedaje utilizado.	119
Figura 29. Servicio de alimentación utilizado.	120
Figura 30. Servicio de transporte.	121
Figura 31. Porcentaje de interés en los atractivos turísticos.	122
Figura 32. Porcentaje de interés de las manifestaciones culturales.	123
Figura 33. Porcentaje de interés en hacer actividades recreativas.....	125
Figura 34. Realización de la entrevista a las máximas autoridades de la Parroquia de Malchingui y Tocachi respectivamente.	147

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 <i>Estrategia 1</i>	131
Ilustración 2 <i>Estrategia 2</i>	132

Ilustración 3 *Estrategia 3* 133
Ilustración 4 *Estrategia 4* 134
Ilustración 5 *Estrategia 5* 135

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1. Antecedentes.

Ecuador es uno de los países privilegiados por encontrarse en la mitad del mundo cuenta con una gran diversidad e innumerables atractivos turísticos, en la actualidad el turismo se enfoca en la sostenibilidad, la conservación de la naturaleza redistribuyendo de una manera justa los ingresos económicos e impulsando y promoviendo la participación de las poblaciones locales.

Hernández(2014) comenta, que los espacios naturales pueden ser agentes dinámicos de desarrollo en un entorno de sostenibilidad, la definición de un modelo de gestión turística de esta zona, garantiza que el equilibrio ambiental a largo plazo no se convierta en una limitación para su desarrollo turístico, que la visita a estos por el contrario contribuya a concienciar a los turistas sobre la importancia del medio ambiente, consiguiendo en un espacio de educación y sensibilización ambiental, que permita mejorar la gestión y conservación del mismo.

Pichincha es una provincia ubicada en la parte norte del Ecuador, llena de volcanes y nevados que rodean a los diferentes cantones, dentro de esta provincia se encuentra al cantón Pedro Moncayo, conformado por las parroquias de Malchingui, Tocachi, Tupigachi, La Esperanza y Tabacundo, el cantón se ubica aproximadamente a una hora de las ciudades con mayor renombre como Quito e Ibarra.

Las principales actividades económicas se vinculan a la floricultura y agricultura misma que prevalecen, ya que representan una fuente principal de empleo para los habitantes del cantón, sin embargo, no se le ha otorgado el mismo énfasis en incrementar el desarrollo de la actividad turística para que

represente una fuente de ingreso económico adicional a los empleos habituales.

El cantón posee una variedad de recursos turísticos naturales y culturales, como Lagunas de Mojanda, El Bosque Protector Jerusalém, Complejo Arqueológico Cochasquí, Molino “El Cucho”, Mirador Cerro Negro, Mirador Chiriacu, Mirador el Pensador, Mirador Río Pisque, Monumento “El Campanario”, Museo Mama Nati, Museo Nuestra Raíz, Sendero Qapac Ñan e Iglesias de las diferentes parroquias.

En cuanto a manifestaciones culturales se menciona fiestas tradicionales como Fiestas de San Pedro que cabe mencionar son Patrimonio Inmaterial del Ecuador, Fiestas de Cantonización y Cosecha, Fiestas de Los Guioneros de Semana Santa, Fiestas de la Virgen Santísima de Natividad y Feria Mundial de la Rosa.

El potencial turístico que se encuentra en el cantón es escasamente aprovechado, no se ha realizado un buen manejo de los mismos en cuanto a promoción y difusión se refiere, por ende este destino es poco conocido, debido a la insuficiente información, los turistas no tienen conocimiento de los recursos turísticos por tal razón no hay un interés por visitar el sector.

En cuanto a actividades económicas se refiere el cantón Pedro Moncayo al igual que la gran mayoría de poblaciones en todo el Ecuador posee entre la principal actividad económica la agricultura, especialmente el cultivo de maíz, las mismas que son regadas por el agua que llega desde las fuentes del Mojanda y el nevado Cayambe. La cosecha de sus productos principalmente está destinados al consumo familiar y un porcentaje mínimo para la venta en la misma zona. (GAD Pedro Moncayo, 2015). Entre otras de las actividades productivas con las que se caracteriza el cantón es la floricultura ya que cuenta con varios establecimientos que se dedican a la producción de rosas principalmente, esta actividad se ha convertido en una fuente de empleo para los Pedro Moncayenses y la principal actividad económica (GAD Municipal del cantón Pedro Moncayo, 2018).

1.2. Planteamiento del problema

La escasa promoción y difusión de los principales atractivos turísticos naturales y culturales del Cantón Pedro Moncayo, se infiere que es ocasionada por la falta de participación directa del GAD de Pedro Moncayo debido a la ausencia del departamento dentro de la entidad pública.

Se ha implementado un nuevo departamento de Juventud y Cultura en la cual se unifican algunas áreas entre ellas el turismo, misma que es encargada de facilitar trípticos o volantes publicitarios, con contenido de información insuficiente.

Este departamento no cuenta con un especialista en turismo para que ayude a la gestión y ejecución de proyectos o actividades recreacionales, tomando en cuenta que es necesario realizar estudios previos para determinar la factibilidad de los proyectos y estos a su vez se debe ser realizado por un profesional de la materia.

En la actualidad el GAD de Pedro Moncayo contempla proyectos prioritarios para el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes, como adecuación de vías, construcción de escuelas, construcción del canal de riego, construcción de alcantarillado, alumbrado público, agua potable, etc.

Además, el GAD prioriza inversiones hacia proyectos agrícolas que servirá para el desarrollo económico del cantón y de los habitantes, sin embargo, el turismo en un campo que aún necesita ser ampliamente aprovechado y que lastimosamente no ha progresado por falta de apoyo del sector público y privado.

La escasa afluencia de turistas en el cantón Pedro Moncayo se presume que es ocasiona por la carencia de información referente a turismo, conviniéndose en un destino turístico poco conocido. No obstante, los turistas que llegan al cantón lo hacen por periodos cortos, su estancia es momentánea por tal motivo no pueden conocer todos los sitios turísticos del cantón. A esto se suma la falta de actividades recreativas para realizar en las diferentes

parroquias, lo cual produce el desinterés de los turistas por pernoctar en el cantón.

Debido a la conexión de vías que tiene el cantón Pedro Moncayo con otros cantones hace que sea un destino de paso, los turistas tienen preferencia por visitar a otros lugares turísticos que tienen mayor renombre, que cuentan con una mejor promoción y de los cuales se puede adquirir fácilmente información, adicionalmente se conoce que la fidelización de los turistas se inclina hacia los cantones vecinos como Quito, Cayambe, Otavalo e Ibarra.

En el cantón dispone de planta turística variada, los cuales se encuentran aptos para ofrecer un servicio acorde a las necesidades del turista. En su mayoría estos establecimientos trabajan de forma individual buscando el beneficio propio, ajenos a la realidad de que “la unión hace la fuerza” no contemplan la posibilidad de asociarse para trabajar con el mismo propósito de buscar el progreso y continuar con el desarrollo del turismo en el cantón.

Finalmente, las problemáticas que acontecen en el ámbito turístico han ocasionado que la ciudadanía pierda el interés por emprender proyectos debido a que es evidente la escasa afluencia de turistas en las diferentes parroquias del cantón, es por ello que rezagan a la actividad turística y buscan otras fuentes de empleo

1.3. Formulación del problema.

¿Cuál es la gestión de servicios y atractivos turísticos y como pueden ser aprovechados para el desarrollo del cantón Pedro Moncayo?

1.4. Objeto de estudio.

Desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo general.

Evaluar la gestión de los servicios y atractivos para el aprovechamiento y desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo.

1.5.2. Objetivos específicos.

- Diagnosticar la situación actual del desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo.
- Caracterizar los principales atractivos turísticos del cantón Pedro Moncayo.
- Determinar las condiciones de los servicios turísticos en los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte del cantón Pedro Moncayo.
- Conocer el perfil y preferencias de la demanda turística del cantón Pedro Moncayo.
- Establecer estrategias de mejoramiento turístico en el cantón Pedro Moncayo.

1.6. Preguntas de la investigación.

¿Cuál es la situación del desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo?

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos del cantón Pedro Moncayo?

¿Cuáles son las condiciones de los servicios turísticos en los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte?

¿Cuál es el perfil y preferencias de la demanda turística del cantón Pedro Moncayo?

¿Cuáles son las estrategias de mejoramiento turístico en el cantón Pedro Moncayo?

1.7. Justificación.

El turismo en la actualidad se ha consolidado como una fuente de ingresos económicos, por ser una actividad rentable y fuente generadora de trabajo,

mediante el aprovechamiento de recursos naturales y culturales. El cantón Pedro Moncayo posee varios atractivos naturales y manifestaciones culturales, diversificados en las parroquias de Tabacundo, Malchingui, Tocachi, Tupigachi y La Esperanza.

Por medio del siguiente trabajo de investigación se pretende evaluar la gestión de los servicios y atractivos para el aprovechamiento desarrollo turístico del cantón. Por consiguiente, es necesario hacer un diagnóstico sobre la situación actual del desarrollo de la actividad turística analizado desde el punto de vista del sector público, ya que las autoridades tienen bajo su responsabilidad el manejo y control de los recursos para la ejecución de obras que beneficien a la ciudadanía.

La caracterización de los recursos turísticos del cantón permitirá que esta información contribuya en el uso de futuras investigaciones ya que actualmente no existe plataforma alguna en la cual se muestre estos resultados. Se ha considerado necesario tomar en cuenta ciertos parámetros como ubicación, estado de conservación del atractivo, señalética, actividades recreacionales, infraestructura, vías de acceso, costos de ingresos, etc. Por medio de este proceso se podrá implementar planes de acción que favorezcan al mejoramiento de los mismos.

Es importante la determinación las condiciones de la oferta de servicios turísticos, especialmente de alimentación, alojamiento y transporte, para comprender la gestión y manejo con la cual se desenvuelven al momento de ofertar sus servicios, tomando en cuenta en todo momento su calidad y eficiencia. Ya que en un mercado competitivo es necesario destacar por la excelencia siendo esta una estrategia para obtener la fidelización de turistas.

Adicionalmente la investigación contribuye a conocer el perfil y las preferencias de la demanda turística, permitiendo así enfocarse en los diferentes segmentos de turistas para adaptarse a cada una de sus necesidades, por otra parte, la determinación de preferencias aportara al

incremento de nuevas actividades recreacionales que puedan ser desarrolladas en las diferentes parroquias logrando así una diversificación de la oferta

Por consiguiente, es de vital importancia establecer estrategias para el mejoramiento turístico, lo cual será posible gracias a la investigación, una vez acogida toda la información se obtuvo una idea concisa de los puntos críticos que enfrenta la actividad turística del cantón, a los cuales se debe dar una solución oportuna para que continúe el desarrollo turístico, permitiendo así la dinamización económica favoreciendo a sus habitantes por medio del efecto multiplicador del turismo.

1.8. Descripción del área de estudio.

Geográficamente el estudio está enfocado en el cantón Pedro Moncayo y sus parroquias que se encuentra ubicado políticamente al norte de la provincia de Pichincha, que limita con la provincia de Imbabura al este con el cantón Cayambe, al sur y al oeste con el Distrito Metropolitano de Quito. El cantón está atravesado por el by-pass Guayllabamba-Tabacundo-Ibarra, derivación de la carretera panamericana.



Figura 1. Ubicación geográfica Pedro Moncayo.
Fuente: Naranjo, Dávalos, Batallas, Granja, & Velarde (2013)

Pedro Moncayo está conformado por cinco parroquias que son, Tabacundo como cabecera cantonal, La Esperanza, Tocachi, Tupigachi y Malchingui.

Tabacundo.

También conocida como San Juan de Tabacundo, es una ciudad ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Pedro Moncayo, así como la quinta urbe más grande y poblada de la Provincia de Pichincha. Se localiza al norte de la Región interandina del Ecuador, en la hoya del río Guayllabamba, a una altitud de 2877 msnm y con un clima andino de 15°C en promedio. Al sur de esta ciudad atraviesa la línea equinoccial.

Malchinguí.

Es una de las cinco parroquias del cantón Pedro Moncayo, de la Provincia de Pichincha en Ecuador. Está ubicado a unos 50 km de Quito, (una hora aproximadamente en auto), por la parte baja de su espacio físico atraviesa la línea Equinoccial, su clima va desde el cálido seco en las playas del río Pisque (parque Jerusalén) a unos 1800 msnm , hasta los fríos páramos andinos a 4600 msnm. Malchinguí es la parroquia con mayor extensión territorial de todas las que conforman el cantón Pedro Moncayo.

Tocachi.

Se ubica en el cantón Pedro Moncayo, cuenta con 1.570 habitantes y se considera una de las parroquias más antiguas del cantón. Limita al norte con la ciudad de Otavalo, al sur con el Rio Pisque, al este con la Parroquia de La Esperanza y al oeste con Malchingui.

Tupigachi.

Se encuentra ubicada en el extremo nororiental del Cantón Pedro Moncayo y de la provincia de Pichincha, se ubica a 75 kilómetros de ciudad de Quito, el tiempo promedio para llegar a la parroquia desde Quito. Los límites de la Parroquia de Tupigachi son: al norte limita con la parroquia Gonzáles Suárez

del cantón Otavalo, al sur con la parroquia urbana de Tabacundo, al Oriente con el cantón Cayambe y al Occidente con la parroquia Urbana de Tabacundo.

La Esperanza.

La parroquia La Esperanza, es una parroquia rural del Ecuador, perteneciente al cantón Pedro Moncayo de la provincia de Pichincha. Esta parroquia pertenecía anteriormente al cantón Cayambe desde el 11 de marzo de 1901. Área de la parroquia: 37,93 Km² es la parroquia más pequeña del Cantón Pedro Moncayo

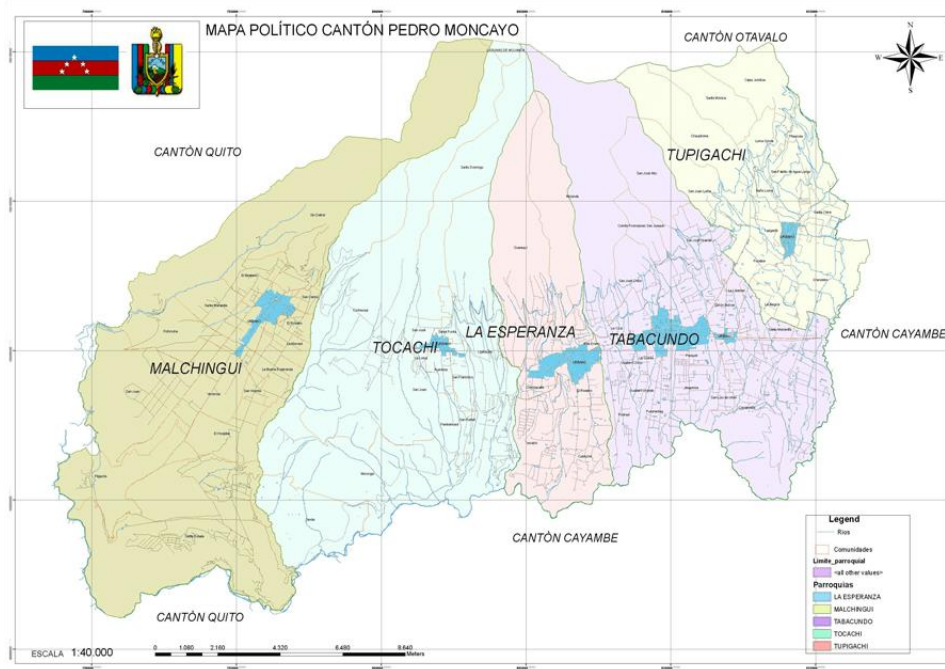


Figura 2. Ubicación de las parroquias de Pedro Moncayo.
Fuente: Naranjo, Dávalos, Batallas, Granja, & Velarde (2013)

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente capítulo, se mencionan todos los conceptos teóricos básicos necesarios, que sustentan la presente investigación. Es importante mencionar que la elaboración de este capítulo ayudara a una mejor orientación sobre la investigación, adicionalmente facilitara una adecuada organización de información, para la relación de datos ya investigados con la investigación actual.

Por tal razón se ha tomado como referencia a tesis, libros, artículos científicos sitios web, para la redacción del capítulo, cabe recalcar que la información utilizada ha sido debidamente citada para no hacer uso indebido de las investigaciones de los otros autores.

2.1. Turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008) en su glosario básico define:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (p.1).

Existen diferentes conceptos de turismo, no solo comprende el trasladarse a un lugar y regresar, sino que es el conjunto de relaciones que se generan tanto económicas, socioculturales, ambientales, entre otras. Por eso se menciona

que el turismo es una actividad, que debe ser estudiada desde diferentes puntos de vista. (Saavedra, 2012)

Se entiende que el turismo comprende una serie de actividades recreacionales que se ejecutan dentro de un destino turístico ajeno al lugar de origen, las visitas en un atractivo turístico pueden ser superiores a dos días para considerarse turista caso contrario si la visita fuera de un día o menos se considera un excursionista.

2.2. Turista.

Se conoce que el turista es la persona que viaja a un lugar distinto al de su residencia habitual. Los turistas tienen varias motivaciones para viajar, por lo general se busca la relajación, placer o cultura, visitando varios lugares según sus intereses, paisaje, diversidad de actividades etc. La duración de ese viaje, así como la permanencia en el destino debe ser superior a 24 horas y menor a 6 meses. En un principio no se consideraban turistas a aquellos que viajaban por motivos de negocios, hoy en día aun a ellos se les considera turistas (Quesada y Castro, 2010).

Esto significa que se puede considerar como turista a la persona que se traslada de un lugar a otro, motivados por conocer lugares donde se realicen actividades recreacionales, además si un turista permanece por menos de 24 horas en un lugar es considerado como un excursionista.

2.3. Desarrollo turístico.

(Perona y Molina, 2016) consideran que:

Se puede emplear como un marco general de referencia para analizar la situación del turismo en un destino particular, con respecto a su patrón de desarrollo. Sin embargo, antes de continuar avanzando es necesario plantear un modelo algo distinto, que permita operacionalizar las ideas vertidas arriba a fin de facilitar su aplicación empírica.

Partiendo del argumento de que el turismo de masas puede ser consistente con distintas fases o niveles de desarrollo, se debe establecer cómo distinguir entre dichos niveles ya que, en principio, es un concepto continuo que podría dar lugar a numerosas posibilidades. En lo que resta de la sección se propone una taxonomía o modelo de tres etapas que, aunque menos general desde un punto de vista teórico, resulta operativo en la práctica. (p, 332)

Se han considerado a las siguientes etapas como ejes fundamentales de desarrollo

2.3.1. Etapas para el desarrollo turístico.

Tabla 1
Modelo de 3 estrategias y sus características

ETAPAS	CARACTERÍSTICAS	INDICADORES CUALITATIVOS
Etapa 1	<p>-Uso de los recursos: extractivo. Simple explotación, se toma y se usa lo que está disponible.</p> <p>-Ser humano: superioridad por medio de la fuerza.</p> <p>-Noción de sustentabilidad: ninguna.</p> <p>-Áreas del conocimiento: ninguna, se emplean conceptos técnicos elementales y en forma ad-hoc.</p>	<p>-Baja calidad de controles.</p> <p>-Comportamientos predatorios.</p> <p>-Escasa información y elementos de diagnóstico.</p> <p>-Acciones voluntaristas.</p>
Etapa 2	<p>-Uso de los recursos: productivo. Se aplican creatividad, ingenio y tecnología; se «crean» nuevos recursos.</p> <p>-Ser humano: superioridad Por medio de la razón.</p> <p>-Noción de sustentabilidad: Eficiencia económica</p> <p>-Áreas del conocimiento: Economía (enfoque tradicional), Administración, Gestión del Turismo</p>	<p>-Emprendimientos</p> <p>-Capacidad de gestión y planeamiento</p> <p>-Uso de tecnologías</p> <p>-Visión a largo plazo.</p>
	<p>-Uso de los recursos: proyectivo. A la creatividad y uso de tecnología, se</p>	<p>-Estudios de impacto ambiental. – Políticas públicas y acciones</p>

<p>Etapa 3</p>	<p>añaden la empatía y el cuidado.</p> <p>-Ser humano: superioridad</p> <p>Por medio de la sabiduría.</p> <p>-Noción de sustentabilidad: Social, ambiental y económica.</p> <p>-Áreas del conocimiento: Economía Ecológica, Feminista, Evolucionista, Turismo Sustentable</p>	<p>privadas proyectivas</p> <p>-Empleo de calidad.</p> <p>-Participación comunitario</p>
-----------------------	--	--

Fuente: Perona y Molina, 2016. (p. 333)

Elaboración propia.

Lo que se pretende establecer con estos conceptos es que la actividad turística es compatible con los recursos existentes en un destino, tratando en lo posible de sujetarse a la sustentabilidad. En este punto se entiende que es necesario el involucramiento de las empresas públicas y privadas, conjuntamente con la intervención de las autoridades para la toma de decisiones que favorezcan al desarrollo de la actividad turística. Las características se han considerado son la participación ciudadana para la evolución del desarrollo turístico, ya que, en sectores pequeños, la aceptación de las personas por realizar cualquier tipo de actividad es acogida, porque reconocen que es para beneficio propio.

2.3.2. Indicadores del desarrollo turístico.

Los gestores de la política turística deben utilizar el siguiente modelo de indicadores.

Para evaluar los efectos socioeconómicos del desarrollo turístico es necesario establecer indicadores. Los indicadores son una serie de medidas o valores, obtenidos a través de diversos métodos y en distintos momentos, que toman variables que son útiles y significativas para la toma de decisiones de planificación y gestión del turismo. El interés por el desarrollo de indicadores turísticos proviene tanto de las administraciones públicas (CARM, 2010) como de los investigadores (Hall, 2008; Larrubia y Navarro, 2011). El objetivo final de todo programa de desarrollo debería ser evitar el

abandono de las zonas rurales, asegurar la conservación de su patrimonio cultural, y mejorar la calidad de vida de sus residentes, y en ese sentido deben estar orientados los indicadores de desarrollo turístico. Es un proceso continuo de retroalimentación que, si se hace correctamente, permite mejorar sucesivamente el establecimiento y consecución de unos objetivos óptimos. Tradicionalmente los indicadores de turismo sostenible se han basado en indicadores cuantitativos para medir la consecución de programas de desarrollo rural, y han sido evaluaciones a posteriori. (Gil y García, 2017, p.224)

La gestión política debe apegarse a los siguientes indicadores:

-Indicadores de ejecución; que hace referencia al cumplimiento de las actividades propuestas.

-Indicadores de resultados; que se enfoca en los efectos directos producidos de forma inmediata posteriormente realizada la actividad (por ejemplo, el aumento del flujo turístico de un atractivo, posterior a la promoción del destino).

-Indicadores de impacto, se enfoca en los principios de sustentabilidad (Gil y García, 2017, p.225).

Mediante estos conceptos se puede definir la importancia que tiene el sector público en la adaptación de un modelo de desarrollo sostenible, con la finalidad de apoyar al desarrollo socioeconómico, esto a su vez será posible con la ayuda de la ciudadanía para que la adaptación tenga éxito.

La gestión pública debe enfocarse en la satisfacción del turista, uso sostenible de los recursos, mejoramiento de planta turística y la integración de la ciudadanía, lo cual se irá desarrollando en los siguientes capítulos de la investigación.

2.3.3. Indicadores de respuesta social en el desarrollo turístico

Se han considerado a los siguientes indicadores para la elaboración de la tabla en la cual se detalla ocho categorías con su respectiva característica

Tabla 2

Tabla de indicadores de respuesta social.

INDICADORES DE RESPUESTA SOCIAL
Categoría 1. Composición del destino turístico.
1. Consenso sobre los límites del destino turístico
Categoría 2. Atractivo y potencialidad de los recursos turísticos del destino
2. Valoración de los recursos turísticos del destino (naturales y culturales)
Categoría 3. Complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos
3. Grado de complementariedad del destino turístico con otros destinos cercanos
Categoría 4. Sinergia positiva de la cooperación de todos los municipios para crear y promocionar un destino turístico unificado
4. Conciencia de los residentes de pertenecer a un destino turístico
5. Posicionamiento de la imagen turística
Categoría 5. Actitud del residente ante el desarrollo turístico y ante la creación de un destino turístico unificado
6. Grado de conciencia cívica
7. Actitud emprendedora del empresario turístico
8. Nivel de formación del residente en materia turística
9. Conciencia de destino turístico más allá de las divisiones administrativas
10. Fluidez y sintonía entre las relaciones intermunicipales de los agentes turísticos
11. Conciencia de los residentes del potencial de los recursos turísticos
12. Aprovechamiento de sinergias en la cooperación turística intermunicipal

Categoría 6. Cooperación entre los agentes turísticos a nivel municipal y a nivel del destino turístico
13. Realización de acciones conjuntas entre diversos agentes implicados en el sector turístico
14. Grado de cooperación entre entes públicos y privados en materia turística
15. Grado de asociacionismo empresarial
16. Nivel de acuerdos entre municipios
17. Ofertas de productos turísticos combinados de diversos agentes turísticos
Categoría 7. Actitud de la administración pública regional y local ante el desarrollo turístico y ante la cooperación entre municipios
18. Existencia de una política turística global para el destino turístico
19. Nivel de inversión en proyectos comunes
20. Nivel de formación y motivación de los responsables públicos
21. Grado de cooperación entre sector público regional y local
Categoría 8. Otros aspectos no contemplados en los puntos anteriores
22. Existencia de producto turístico
23. Valoración cualitativa de los servicios turísticos

Fuente: Gil y García, 2017, (p.226).

Elaboración propia

2.4. Buenas prácticas para el desarrollo local.

Las buenas prácticas en el desarrollo turístico local, se contemplan desde varias dimensiones tomando en cuenta aspectos y variables acordes a la situación geográfica de la investigación. Según Salas y Font (2016.) manifiestan que en la OMT hacen referencia a las buenas prácticas en turismo asevera que son, en su gran mayoría, intervenciones hechas a escala municipal realizadas en un contexto de alianzas público-privadas, incluyendo en todo momento la participación ciudadana para que forme parte de las buenas prácticas Reflejan

cómo se ha preparado la oferta de productos, servicios y entornos para hacerlos accesible a todas las personas, respondiendo a principios básicos de la accesibilidad y entre ellos los de participación y transversalidad, adicionalmente se menciona que es importante que exista un mejoramiento continuo de los servicios, para que las futuras generaciones puedan aprovechar de la misma manera el potencial turístico con el que se cuenta actualmente. Las alianzas público-privadas se han de entender en el contexto de cambio que están experimentando las funciones y actividades que desarrollan las empresas, los gobiernos y la sociedad. Igualmente hay una redefinición del papel y la influencia que actores como las comunidades locales tienen en el comportamiento de los gobiernos, las empresas y los particulares.

2.5. Ejemplos de buena practicas según dimensiones del desarrollo turístico

-Dimensión territorial -espacial.

- Señalización homogénea para facilitar a los usuarios la localización de dónde están.
- Mapas y maquetas táctiles para personas con discapacidad visual.
- Uso y función turística en correspondencia con el potencial geográfico.
- Implementación de acciones de planificación del territorio, diseño armónico de instalaciones integradas a las condiciones del terreno y los paisajes.
- Adopción de medidas para minimizar los riesgos geofísicos y meteorológicos.
- Vinculación de los esfuerzos empresariales con las iniciativas nacionales, regionales y locales de planificación turística, con énfasis en el desarrollo local.
- Diseño de un Sistema de Información Geográfica para la gestión turística local.

Dimensión económica.

- Proveedores o suministradores preferentemente de la localidad, como políticas de empleo y comercio justas y producción sostenible.
- Consideración de criterios de sostenibilidad en la selección y contratación de proveedores.
- Eficiente asignación de recursos financieros, materiales, humanos, etc.
- Planificación turística a largo, mediano y corto plazos que se sostenga en alianzas público privadas.
- Respaldo activo del gobierno a las empresas relacionadas con el turismo.

Dimensión político –institucional administrativa.

- Estímulo y orientación para la certificación nacional e internacional de las empresas turísticas (ej. ISO 14 001, ISO 9000, Green Globe 21,)
- Desarrollo de talleres de consulta y validación de las normativas técnicas para la prestación de los servicios turísticos (alojamiento, restauración, recreación, etc.)
- Internet para la divulgación y acceso a la oferta existente, para concretar transacciones de reserva, ligado una buena estrategia de marketing on-line para posicionarse y promocionarse.
- Estimulación a emprendedores, su capacitación y control.

Dimensión Sociocultural.

- Itinerario accesible en entornos rurales y naturales, señalización accesible y suficiente e iluminación.
- Estimulación a las comunidades locales de la conservación del patrimonio histórico cultural local y su consideración en el diseño de la experiencia del turista.
- Sensibilización a la comunidad local en la importancia aprovechar la cultura autóctona en la actividad turística y sus beneficios.

-Participación individual o gremialmente en los procesos de gestión del destino local.

Dimensión ambiental.

-Utilización de papel reciclado en folletos, trípticos, material publicitario impreso.

-Uso en lo posible de energía renovable (por ejemplo, energía solar, eólica, hidráulica o biogás).

-Estrategia de las tres "R": reducir, reutilizar y reciclar.

-Adopción de medidas para el ahorro del agua potable.

-Estimulación a la compra de productos orgánicos, reciclables o de material reciclado.

-Desarrollo de alianzas entre funcionarios públicos, empresas privadas, comunidades y turistas para apoyar la conservación y manejo de áreas naturales protegidas. (Salas y Font, 2016, p. 62)

La actividad turística es una actividad económica rentable dependiendo del lugar en el que se desarrolle, misma que ha ido evolucionando y cada vez se va adaptando a la conservación del medio ambiente. La diversificación de la oferta se va desarrollando conforme avanza la ciencia, innovación y tecnologías, de estos avances se realizan las planificaciones para posteriormente ejecutar proyectos.

En conclusión, los ejemplos para las buenas prácticas para el desarrollo turístico, se han considerado los criterios mencionados ya que la investigación se enfoca en establecer estrategias para el mejoramiento turístico, por tal motivo se puede tener una referencia para diseñar estrategias que favorezcan al turismo del cantón Pedro Moncayo.

2.6. Servicios turísticos.

2.6.1. Servicio de hospedaje.

El servicio de hospedaje, forma parte de las necesidades de los turistas, al momento de pernoctar fuera de su ciudad de origen, se conoce que existe varias tipologías de establecimientos de alojamiento, con características similares en cuanto a oferta de servicios, a continuación, se describe algunos tipos de hospedaje.

Según Alva y Valdivieso (2018) describen:

Hotel. Es el establecimiento que constituye un conjunto homogéneo independizado, donde se presta principalmente el servicio de alojamiento; su característica es la de poseer como mínimo 50 habitaciones y por lo menos el 10% de sus habitaciones ser individuales, tiene servicio de restaurante, se clasifican en categorías de 1 a 5 estrellas.

Hostal. - Es el establecimiento cuya característica principal es la de poseer más de 12 habitantes y menos de 49, se clasifican en categorías de 1 a 3 estrellas.

Albergue. - Es el establecimiento cuyo giro principal consiste en brindar servicio de hospedaje a determinado grupo de personas que comparten uno o varios intereses comunes, los que determinarán la modalidad del mismo: juveniles, refugios de montaña, campos de pesca, etc. Se caracterizan porque sus instalaciones ponen en contacto al huésped con la naturaleza; se le conoce también con el nombre de Centro Vacacional” (p. 23,24).

Cabaña. - según Marrero (2018), es la “Construcción hotelera de reducidas dimensiones y una sola planta, levantada habitualmente en parajes destinados al descanso o utilizada como vestidor o espacio de descanso en zona de playa y piscina, dentro de un complejo turístico” (p.35).

Casa rural. - Marrero 2018, es el “tipo de establecimiento extra hotelero ubicado en un inmueble situado en suelo rústico y de ámbito rural que dispone de una unida alojativa y que cuenta con el equipamiento y las instalaciones necesarias para la conservación, manipulado y consumo de alimentos” (p.38).

Hostería. - Marrero 2018, dice que es el “conjunto de servicios que proporcionan alojamiento, comida a los clientes y en algunos casos ofertan servicios de recreación” (p. 75).

Hotel rural. - Marrero 2018, comenta que es el “tipo de establecimiento hotelero ubicado en el entorno rural que dispone de unidades alojamiento y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios relacionados con el medio rural” (p.77).

Hotel temático. - según Marrero (2018), menciona que es el “tipo de establecimiento hotelero ambientado en un tema concreto que puede ser general (cine, fotografía, naturaleza) o específico (un personaje público, una saga) que dispone de unidades alojamiento y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios, especialmente relacionados con el ocio” (p.77).

Motel. - Marrero (2018), comenta que es el “tipo de alojamiento turístico modesto que se caracteriza por estar situado próximo a carreteras y ofrecer alojamiento y aparcamiento para estancias de corta duración” (p.97).

Para la siguiente investigación se ha considerado a las siguientes tipologías de alojamientos ya que son opciones de las cuales se puede encontrar en el cantón Pedro Moncayo. En cuanto al sector del hotelería respecta, son escasos los establecimientos, siendo el caso de las parroquias de Malchinguí, Tocachi y La Esperanza. Sin embargo, en Tabacundo y Tupigachi dispone de hoteles y hosterías aptas para satisfacer las necesidades de los turistas.

2.6.2. Servicio de alimentación.

Pino y Bejar (2008), describen que es el “servicio o área que cumple la función fundamental de brindar alimentación a un determinado grupo poblacional, a través de la transformación de la materia prima (alimentos) en raciones alimenticias (preparaciones o producto terminado) que satisfagan los gustos, hábitos y necesidades nutricionales del usuario” (p. 249).

Al mencionar el servicio de alimentación es necesario considerar la gestión del servicio de alimentación, Pino y Bejar (2008) menciona que es el “conjunto de procedimientos destinados a organizar, dirigir, administrar, evaluar y controlar actividades, recurso humano y procesos del servicio, con la finalidad de brindar alimentación con los más altos estándares de calidad y garantizar que las necesidades de los comensales sean satisfechas” (p. 249).

2.6.2.1. Tipos de Servicio de alimentación

Para Pino y Bejar (2008), los servicios de alimentación se pueden agrupar según el sector poblacional al que están dirigidos, es decir que hay tipos de establecimientos los cuales brindan sus servicios en entidades públicas o a su vez dedicados a la ayuda social. Estos establecimientos se dividen en comerciales y no comerciales. Los servicios de alimentación no comerciales suelen ser autoadministrables o propios y franquicias. A continuación, se describe algunos ejemplos de establecimientos de alimentación.

-Servicio de alimentación asistencial según Pino y Bejar (2008), se refiere a las instituciones asistenciales como hospitales o clínicas ya que cumplen con la responsabilidad de satisfacer las necesidades nutricionales y fisiopatologías de la persona que requiere de cuidados médicos por lo tanto requiere una dieta acorde a sus necesidades.

-Servicios de alimentación en autoservicios, para Pino y Bejar (2008), este servicio se refiere a los establecimientos de autoservicio como supermercados, hipermercados o cadenas de comida rápida de menor escala cuyo principal expendio son los alimentos y bebidas de consumo humano. Este tipo de establecimientos son mayormente cotizados por la eficacia al brindar sus productos.

-Servicio de alimentación colectiva, según Pino y Bejar (2008), se designa a los comedores, cafeterías y establecimientos que proveen alimentación por sí o a través de concesionario a Instituciones tales como Ministerios, Instituciones Públicas, fábricas, empresas, universidades, colegios, guarderías, albergues,

centros de rehabilitación, es decir a todas aquellas que atienden a un grupo determinado de personas

-Servicio de alimentación en restaurantes y afines., Pino y Bejar, 2008, comentan que estos establecimientos funcionan como restaurantes y servicios afines, el cual debe ser de uso exclusivo para la preparación y expendio de alimentos y bebidas. Dentro de los establecimientos afines se considera a las cafeterías, heladerías, marisquerías, fast food, bares, paraderos, pizzerías, asaderos, etc.

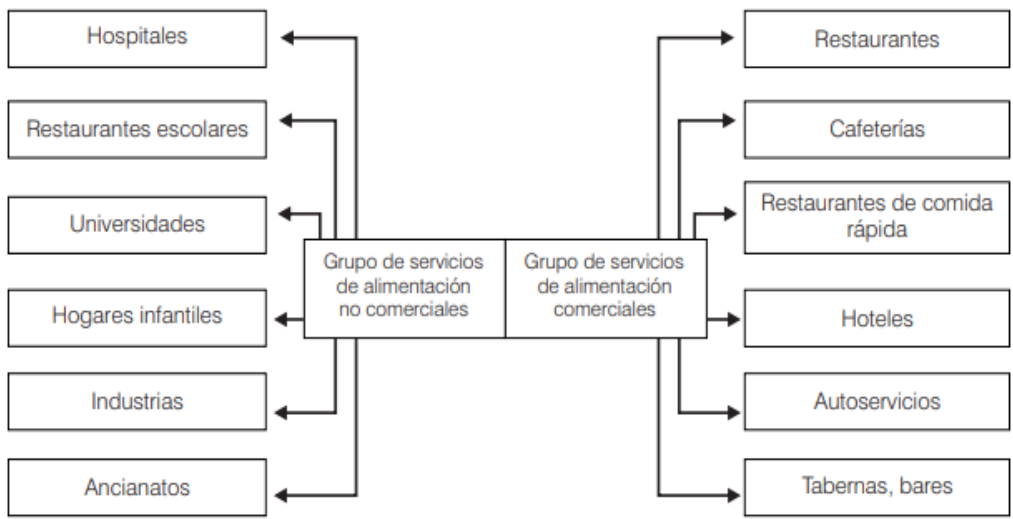


Figura 3. Principales tipos de servicio de alimentación.
Fuente: Pino y Bejar, 2008. (p.48)

El servicio de alimentación desempeña un rol necesario en cualquier destino turístico, ya que cumple con una necesidad básica de las personas. La oferta de este servicio es un factor que consideran los turistas al momento de viajar. En la actualidad el servicio de alimentación ya forma parte de una modalidad de turismo involucrado a la gastronomía siendo esta una motivación adicional en el turista al momento de visitar algún destino. En la actualidad el mercado turístico es competitivo el cual exige garantizar la excelencia y la calidad siendo una estrategia fundamental para captar mayor afluencia de turistas.

2.6.3. Servicio de transporte.

Desde el punto de vista de Vilorio (2012), en el término desplazamiento está el medio del transporte. De igual manera, presentan el turismo como un fenómeno, conjunto de relaciones e incluso como sistema; pero analizando cada una de las acepciones tenemos por ejemplo el término fenómeno, profundizando como tal, el fenómeno lo hace el transporte, sin el desplazamiento no hay viaje, puede existir pero caminando, quizás para recorrer distancias cortas o largas, sin importar el tiempo sería el caminar suficiente; pero en el mundo actual eso no funcionaría y no existiría el turismo o se haría en cada país en donde se reside y cada vez el círculo de desplazamiento sería más corto. (p. 27)

Vilorio (2012) menciona, que el servicio de transporte ya sean terrestres, acuáticos, aéreos y espaciales forman parte de la actividad turística porque es la que permite interrelacionarse con cada uno de los integrantes básicos de la industria como son: alojamientos, centros de atractivos turísticos, agencias de viaje, entre otros; y esto a su vez conforman el mundo del turismo. Esto ha permitido un relevante impacto de crecimiento y de desarrollo del turismo; para cada medio de transportación sea público o privado se busca el confort, lo económico, lo rápido y el ser humano se ha encargado de investigar cómo lograr que el turista se sienta con agrado al viajar. Las investigaciones están referidas desde el aspecto económico, hasta llegar a satisfacer necesidades fáciles de realizar en tierra, pero difíciles en el mar, aire e incluso espacial. Es por estas razones antes expuesta la relación transporte y turismo es un binomio inseparable para que se pueda lograr que el (los) turista (s) puedan realizar las actividades correspondientes; por lo tanto, los medios de transportación han contribuido de manera sustancial al turismo. (p. 28)

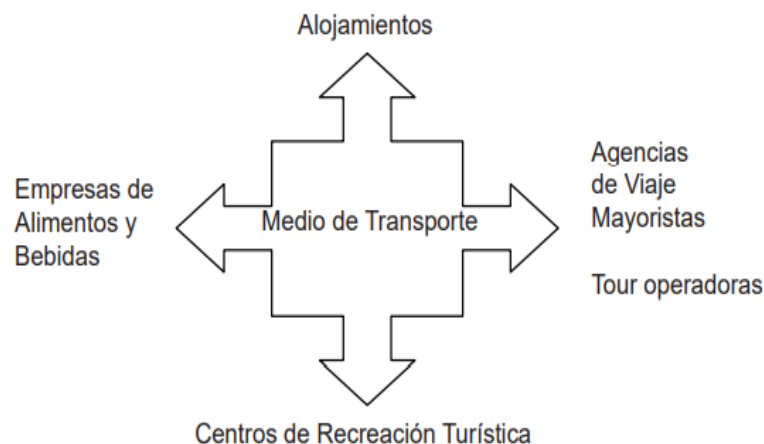


Figura 4. Esquema de la relación de medios de transporte con otras facilidades turísticas
Fuente: Vilorio (2012).

Los medios de transporte tienen un valor importante en la sociedad, ya que es necesaria la movilización o desplazamiento a cualquier destino turístico. El servicio de transporte interno debe estar acorde a las necesidades turísticas, conforme pasa el tiempo se ha mejorado los medios de transporte (vía aérea, terrestre y marítima), el mundo de los viajes, ha permitido la interculturalidad, involucrando ámbitos económicos, sociales y políticos, siendo esto posible gracias a la movilización en los medios de transporte

Al igual que los servicios anteriormente mencionados se oferta la calidad del servicio, la seguridad, la rapidez y confort de los medios de transportación que brindan a los turistas, porque para realizar los recorridos en transportes públicos o privados los cuales deben cumplir con exigencias básicas que en el mundo actual necesarias para satisfacer las expectativas de los viajeros en cualquier destino turístico.

2.7. Demanda.

Panosso y Lohman (2012) manifiestan:

En turismo el concepto de demanda comprende a los individuos cuyas necesidades incluyen el “consumo” y la experiencia de lugares. Los turistas compran souvenirs y ropa y utilizan servicios, tales como medios de hospedaje y parques de diversiones. Pero su motivación principal suele recaer en el destino turístico en sí, pues un turista en París o en Roma querrá experimentar la “atmosfera” que existe ahí y convertirse en parte de la comunidad local. El consumo de lugares turísticos se manifiesta como una experiencia subjetiva del turista. La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de

turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores. (p. 149-150)

2.7.1. Tipos de demanda turística.

Según Panosso & Lohman (2012):

La demanda turística puede caracterizarse por el deseo y disponibilidad para participar en actividades turísticas, pueden ser clasificados en las siguientes tipologías:

Demanda turística real

Son aquellos turistas que realmente están viajando, independientemente de su motivación, el registro de esta demanda es fácilmente medible para formar parte de estadísticas en cuentas satélites de turismo.

Demanda turística suprimida

Son los turistas que quieren viajar, pero existen diversas razones que impiden esta acción. Este tipo de demanda se divide en:

-Demanda potencial. Es aquella demanda turística reprimida que tarde o temprano viajará, pero que no puede hacerlo inmediatamente o cuando le gustaría, por factores propios, por ejemplo, falta de disponibilidad de vacaciones o falta de dinero.

-Demanda diferida. Es aquella que considera los acontecimientos que se suscitan en el lugar que van a visitar, para realizar o posponer su viaje, estos factores pueden ser, la falta de lugares de hospedaje o en el transporte, variación del clima, u otros. Se denominan a este tipo de demanda excesiva, haciendo referencia en los casos en los que la demanda de un producto o servicio supera la oferta.

No demanda turística

Son la demanda a la que le gustaría viajar, pero nunca tendrá disponibilidad, ya sea por falta de dinero, problemas de salud, falta de tiempo, etc. Es decir, tienen la intención, pero los problemas superan a la motivación. (p.151-152)

2.8. Oferta.

Romero (2014) menciona que “la oferta turística básica comprende los elementos considerados de carácter exclusivamente turístico como los intermediarios turísticos, el transporte, la alimentación, el alojamiento, etc. La oferta complementaria es la que abarcan los productos y servicios que demandan los turistas mientras que disfrutan de su estancia en el lugar de destino” (p. 22).

2.8.1. Componentes de la oferta turística.

Los componentes de la oferta se componen por recursos turísticos, infraestructura y empresas turísticas. Según Romero (2014) el gráfico que se muestra a continuación es una representación, sobre la oferta turística básica y complementaria, basado en productos y servicios que utiliza el turista.



Figura 5. Ejemplos de oferta turística.
Fuente: Romero (2014).

2.9. Análisis del consumidor.

El estudio del análisis del consumidor como una disciplina separada del marketing en sí, comienza cuando las mercadologías entienden que los consumidores nunca actúan igual y solo se pueden segmentar por una pequeña característica que los une. (Martha M, 2016)

Hoy en día es fundamental resaltar la importancia que tiene el comportamiento del consumidor en el mercado actual y vemos como las personas van evolucionando en su forma de pensar y actuar conforme va pasando el tiempo. Es por ello por lo que es necesario conocer las características de las personas, sus percepciones, sus actitudes (una respuesta favorable o desfavorable ante un determinado objeto), etc. De esta manera nace la idea de brindar experiencias a los consumidores, experiencias que hagan que se apasionen con el producto, la marca y la empresa, ya que este tipo de experiencias que son memorables para los clientes serán las que hagan hablar positivamente de nosotros y que los consumidores propaguen el mensaje a sus allegados, teniendo así un marketing muy efectivo basado en la recomendación y una vez ya logrado no descuidarlo para que así se mantenga una estrategia. (Martha M, 2016)

2.10. Perfil del turista.

Según Carvache, Torres y Carvache (2017) comenta que:

El analizar el perfil, las motivaciones y el grado de satisfacción del turista trae una amplia información útil para mejorar los servicios turísticos de un destino y, de esta forma, impactar positivamente en la experiencia de los turistas cuando se realiza la visita. Es importante que las diferentes administraciones públicas, tanto nacionales como locales, con responsabilidades en el sector turístico y las empresas privadas trabajen en mejorar el destino y desarrollen estrategias con la finalidad de reforzar las variables más valoradas y, al mismo tiempo, mejoren las variables menos valoradas tanto en los servicios turísticos. (p. 127)

Es necesario identificar la opinión de los turistas sobre un destino turístico, ya que es la mejor manera de identificar las problemáticas en las cuales se debe hacer énfasis en solucionar, de tal manera que los servicios y los recursos turísticos, para ellos se puede aplicar encuestas, donde conste interrogantes como edad, ocupación, disponibilidad de tiempo libre, servicios utilizados, e incluso sugerencia sobre las actividades que se puede realizar en un atractivo turístico.

La demanda turística no es un todo uniforme, por cuanto se debe identificar “segmentos” de mercados que se definen como subconjuntos distintos de consumidores, que responden a características similares entre sí. Cada segmento tiene un comportamiento turístico específico en función de sus necesidades, preferencias e incluso presupuesto. Al respecto (Ávila & Barrado, 2005) expresan que el sector del turismo no es ofertado para consumidores indiferenciados. Por lo cual el turista en la actualidad es un consumidor constantemente activo, autónomo y perfectamente diferenciado, lo que implica la necesidad de construir productos ajustados para cada segmento de turistas. Existe diversidad de opiniones con respecto a la segmentación de la demanda, es así que se plantea que los principales criterios para segmentar la demanda turística son:

El motivo de la visita; la finalidad del viaje mismo que permiten una agrupación de la demanda turística en categorías homogéneas, tales como:

- a) el ocio, recreación y vacaciones.
- b) visitas a parientes y amigos.
- c) negocios y motivos profesionales.
- d) tratamiento sanitario.
- e) religión/ peregrinación y
- f) otros motivos.

VARIABLES SOCIO-ECONÓMICAS Y DEMOGRÁFICAS; identificar variables, tales: como la edad, el margen de renta, el nivel de estudios, sexo, categoría profesional, estado civil, el tamaño de la familia, entre otros. Es clave para programar los servicios turísticos, pues la clientela se suele segmentar en función de un grupo de estas variables:

El lugar de procedencia; la información sobre los principales mercados emisores hacia un destino determinado contribuye a conocer el comportamiento de la demanda turística.

VARIABLES PSICOLÓGICAS; el enfoque psicológico complementa las carencias de los criterios de segmentación tradicionales y se relaciona a la cultura.

2.11. Las motivaciones turísticas.

El estudio de las motivaciones está relacionado con las necesidades y los deseos, sin embargo, se trata de conceptos diferentes y secuenciales, en el sentido de que las motivaciones están en un nivel intermedio entre las necesidades y los deseos (Schiffman y Kanuk, 2005). En primer lugar, todos los individuos tienen necesidades que son el resultado de carencias fisiológicas y mentales (Sandhusen, 2002), asociadas con la supervivencia y el bienestar social del ser humano, respectivamente. Las necesidades son una sensación de carencia de algo, un estado fisiológico o psicológico, que es común a todos los seres humanos y que es independiente de los factores étnicos y culturales (Schiffman y Kanuk, 2005). Tal y como advierte Quintanilla (2002) la necesidad tiene dos componentes: la sensación de carencia de algo esencial para la supervivencia, y la sensación de privación que es un aspecto subjetivo.

La clasificación del turismo en base a la edad es un factor a considerar al momento de ofertar un destino ya que se debe conocer cuál es el público al cual es necesario enfocarse, considerando las características de los consumidores como: gustos, preferencias, hábitos de consumo, condición física, estado civil, ocupación, nivel de ingresos y otros. A continuación, se

presenta el rango de edad y la actividad que se sugiere se puede realizar dentro del cantón Pedro Moncayo.

-Grupo de 0 a 12 años. Corresponde a niños de edad escolar, en donde existe una dependencia con la familia. Los niños tienen predisposición de visitar un lugar que les permita liberar su energía por ende el Bosque Protector Jerusalén es el lugar idóneo para ellos, ya que las instalaciones cuentan con áreas para practicar distintas modalidades de deportes, además es posible realizar recorridos familiares por el atractivo ya que cuenta con senderos auto guiados.

El Complejo Arqueológico Cochasquí, es un atractivo que es visitado de forma frecuente por estudiantes, ya que es un sitio de interés cultural, las escuelas, contemplan dentro del pensum de estudios la visita a este atractivo con la finalidad de que los estudiantes adquieran conocimientos adicionales mediante la participación de los recorridos en el complejo de igual manera los museos interactivos cuentan con salas de exposiciones con diferentes temáticas.

-Grupo de 13 a 25 años. Está constituido por jóvenes dedicados fundamentalmente a estudiar. En donde dependen económicamente de sus padres o tutores y depende del nivel de ingreso de cada familia.

-Grupo de 26 a 45 años. Es el grupo de adultos profesionales, con estabilidad económica y una calidad superior a la de los grupos procedentes.

En los grupos anteriormente mencionados se recomienda visitar Las Lagunas de Mojanda, ya que es un lugar en el cual se disfruta de la tranquilidad de la naturaleza, el atractivo dispone de varios servicios como cabañas para pernoctar, áreas BBQ, área de fogatas, senderos, etc. Este atractivo es uno de los más cotizados por los turistas.

-Grupo de 46 a 65 años. Con el paso de los años los hijos forman familias, permitiendo a los padres disfrutar su vida en pareja y hacer turismo, lo cual no obsta para practicarlo con sus hijos y nietos.

Grupo de más de 65 años. Pertenecen al grupo de personas pensionadas o retiradas de sus labores, y estas condiciones inciden en sus viajes: menores ingresos, mayor disponibilidad de tiempo libre, condiciones físicas y de salud más limitada, poca actividad, necesidad de reconocimiento. González, Morán y Negrón (2017),p.129-130

Para los grupos de estos rangos de edad se recomienda realizar caminatas en las parroquias del cantón, por ejemplo, pueden realizar recorridos de temática religiosa visitando las iglesias de las parroquias y el museo Mama Nati. También pueden realizar circuitos de la rosa en las fincas florícolas, adicionalmente se recomienda visitar el Museo Nuestra Raíz, de esta manera el turista puede palpar la vida cotidiana de los habitantes compartir con ellos y disfrutar de la tranquilidad de las parroquias del cantón.

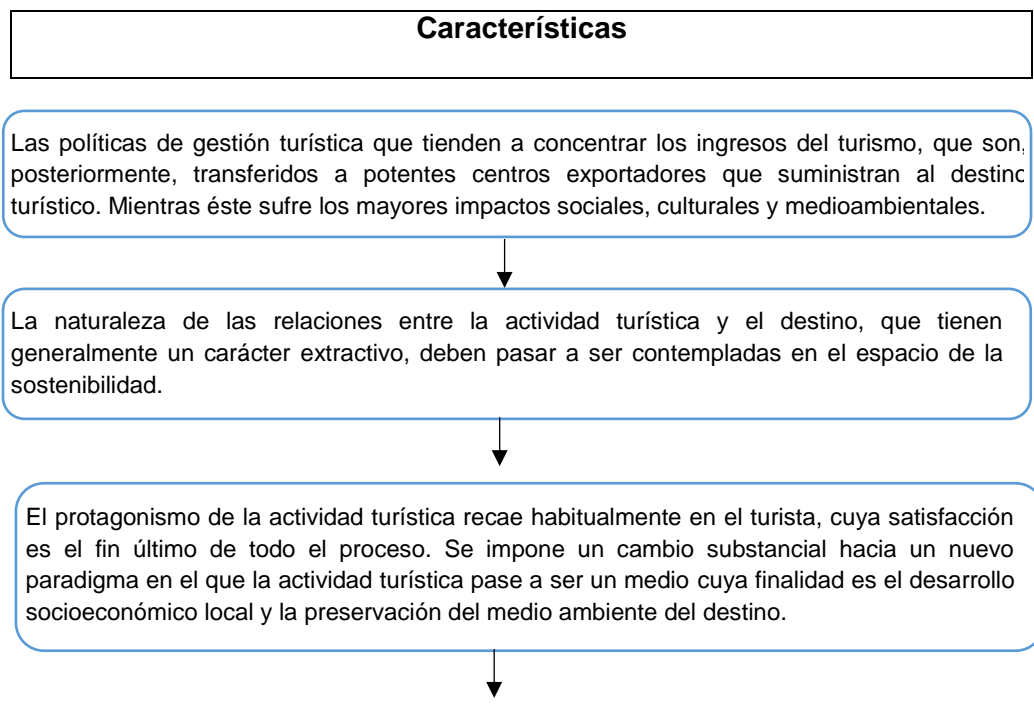
2.12. Estrategias en el sector turístico

Cortada (2006) manifiesta que “el fortalecimiento turístico en una perspectiva de futuro con respecto a las potencialidades del turismo en cuanto al alivio de la pobreza, habría que prestar especial atención a una serie de factores clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos” (p.27).

2.12.1. Principales características del fortalecimiento turístico

Tabla 3

Características de fortalecimiento



↓

El protagonismo de la actividad turística recae habitualmente en el turista, cuya satisfacción es el fin último de todo el proceso. Se impone un cambio substancial hacia un nuevo paradigma en el que la actividad turística pase a ser un medio cuya finalidad es el desarrollo de un destino turístico, de manera que el protagonismo de la actividad turística pase a los actores sociales.

↓

Los indicadores que miden el éxito o fracaso del desarrollo turístico se sustentan generalmente en datos sobre el crecimiento del PIB, el número de visitantes, de hoteles, los índices de ocupación de los alojamientos, etc. Una nueva visión daría prioridad a indicadores que dieran medida de las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos

Fuente: Cortada, 2006. (p.62-63)
Elaboración propia

2.13. Estrategias aplicables al turismo

Tabla 4
Estrategias



Fuente: Cortada, 2006. (p. 65)
Elaboración propia

Es importante tomar en cuenta las estrategias planteadas anteriormente con el propósito de conseguir la mejora continua siendo este tema una cuestión crucial dentro del sector turístico, por razones más que conocidas y constatadas

en estos momentos, ahorros económicos, clientes sensibilizados, estrategias de marketing, etc.

Por ello, es vital para nuestro sector, el ser capaces de gestionar y unificar todos los esfuerzos de entidades públicas y privadas que fomenten los procesos, productos y servicios que se basa en revisar continuamente las operaciones con problemas y brindar la atención oportuna en cualquier tipo de falencia que encuentre.

Mediante la aplicación adecuada de las estrategias se pretende el fortalecimiento de la actividad turística en el cantón, emitiendo criterios operativos que permitan a las parroquias un desarrollo sostenible e integral, mediante la creación de proyectos de diferentes temáticas.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. Tipos de investigación

Para llevar a cabo el desarrollo del presente trabajo se realizaron los siguientes tipos de investigación: documental, de campo, descriptiva y cualitativa, los cuales fueron indispensables para la recolección de información de fuentes verídicas y confiables a fines a la investigación.

3.1.1. Investigación exploratoria

Según (Giner,2019) “se utiliza con el objetivo de hacer una primera aproximación a un asunto desconocido. Como este método parte del estudio de fenómenos poco estudiados, no se apoya tanto en la teoría, sino en la recolección de datos que permitan detectar patrones para dar explicación a dichos fenómenos”.

Este tipo de investigación fue aplicado para contemplar el primero objetivo, en el cual se precisa un diagnóstico de la situación actual del cantón Pedro Moncayo en el ámbito turístico para ello se utilizó una entrevista dirigida a las máximas autoridades del GAD Municipal del cantón y GAD`s parroquiales.

Para concretar el cuarto objetivo se realizó una encuesta dirigida a los turistas que visitaron las Lagunas de Mojanda y Tabacundo en época de fiestas de San Pedro gracias a ello se determinó el perfil y preferencias de los turistas al momento de visitar lugares turísticos.

3.1.2. Investigación de campo

(Giner, 2019) Menciona:

Que este tipo de investigación sirve para comprender y resolver alguna situación concreta, problema o necesidad en un determinado contexto. Se

trabaja en un ambiente natural para que los datos a recabar estén lo menos contaminados posibles. Este tipo de investigación es sobre todo utilizada en campos como la sociología, la psicología y la educación, para analizar las estructuras que se desenvuelven en un contexto cotidiano y real del objeto a analizar.

En la investigación de campo se recolectó información concreta y específica ya que se puede apreciar con otra perspectiva los acontecimientos que suceden a nuestro alrededor, gracias a la interacción con los actores sociales en las áreas de estudio. Se hicieron salidas de campo a sitios estratégicos, permitiendo visualizar la realidad de la oferta turística.

Con este método de investigación se cumplió con la caracterización de los atractivos turísticos mediante la aplicación de fichas de observación, fichas de MINTUR, fichas INPC que corresponde al segundo objetivo.

De igual manera se utilizó fichas de operaciones turísticas y fichas de observación para determinar las condiciones de los servicios turísticos del cantón Pedro Moncayo para efectuar el tercer objetivo.

Además, mediante la aplicación de las diferentes fichas se obtuvo información relevante que posteriormente fue utilizada para establecer las estrategias necesarias para el mejoramiento turístico del cantón concluyendo así el quinto objetivo.

3.1.3. Investigación de campo.

Según Bonilla Castro, Hurtado Prieto, Jaramillo Herrera, Inducia Ávila, & Carrasquilla Gutiérrez (2009):

La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio. Las consultas

documentales pueden ser de: libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, constituciones, etcétera. (p.105)

La definición mencionada es reafirmada por Bernal (2016) quien se refiere a la investigación documental como “el análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones entre los diferentes conocimientos sobre determinado asunto” (p.154).

Relacionando las definiciones anteriores se puede definir a la investigación documental como el estudio de la información que se ha escrito sobre el objeto de estudio, con la finalidad de obtener un conocimiento amplio con referencia al tema. La información puede ser obtenida de diversos documentos bibliográficos que sean verificados, con la finalidad de que la información obtenida sea veraz y confiable.

En el presente trabajo se aplicó la investigación documental con la finalidad de analizar información bibliográfica de diversos autores que en sus investigaciones se refieren a temas que respaldaron el trabajo de campo tales como: turismo, atractivos culturales, naturales, oferta, demanda, servicios turísticos, perfil del turista y otros temas que fueron necesarios para lograr una visión clara referente a la investigación, lo que permitió desarrollar los instrumentos necesarios, para la obtención de resultados que se direccionen al cumplimiento de los objetivos planteados.

3.1.4. Investigación aplicada.

La investigación aplicada ha sido estudiada por diversos autores, de esta forma, Lara (2013) expresa que este tipo de investigación:

Depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica y se enriquece en ellos, pero se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar. (p. 106)

La investigación aplicada pretende conocer un fenómeno para proponer posibles soluciones o mejoras. En el presente trabajo se la aplica este tipo de investigación para identificar los problemas que presenta la actividad turística en el cantón Pedro Moncayo, para que sea factible la aplicación de estrategias de fortalecimiento turístico en las diferentes parroquias.

3.2. Métodos.

3.2.1. Método Analítico-sintético.

(Canan, 2019) Declara:

El proceso de este método se desarrolla partiendo de lo abstracto a lo concreto, para reunir cada segmento que compone una unidad y poder comprenderla. Mediante el razonamiento y la síntesis se profundiza en los elementos resaltantes del análisis de una forma metódica y concisa para conseguir una comprensión cabal de cada parte y particularidad de lo estudiado.

El método sintético se empleó con el propósito de recabar datos que posteriormente fue resumida obteniendo lo esencialmente necesario que aporte con la investigación. Del mismo modo este método ayudó a la interpretación de las entrevistas, que se realizaron para desempeñar el primero objetivo.

Continuando con el proceso de razonamiento, en el segundo objetivo se estructuro los datos recopilados de las fichas de MITUR, fichas del INPC, para posteriormente elaborar una caracterización de los principales atractivos turísticos del cantón Pedro Moncayo, de los cuales se despliega de forma resumida información concreta y específica.

Por medio de la aplicación de fichas de operaciones de servicios turísticos se hizo un análisis de los indicadores de estándares de calidad en las empresas de alojamiento, alimentación y transporte, que se contempla en el tercer objetivo

Este método ayudo a examinar las cifras de las respuestas obtenidas de las encuestas, que determinaron el perfil y preferencias de los turistas, para

posteriormente exponer en figuras, los resultados que se obtuvieron en el cuarto objetivo.

Finalmente, la información que ya ha sido sintetizada y analizada anteriormente, sirvió para establecer las estrategias con las que se pretende mejorar el desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo, cumpliendo de esta manera con el quinto objetivo.

3.2.2. Observación científica.

De acuerdo con Bernal (2016), “la observación, como técnica de investigación científica es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada” (p.254).

La observación es una técnica que permite conocer la realidad del objeto de estudio y tener una percepción directa del conjunto de manifestaciones y población en general estudiadas. En la presente investigación se utilizará para diagnosticar la situación actual de la actividad turística y caracterizar los atractivos turísticos del cantón Pedro Moncayo.

3.3. Técnicas.

3.3.1. Entrevista.

Los autores Buendía, Colás y Hernández (2001, citado en Bernal, 2016) afirman que:

La entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistadores y entrevistados, en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretendan estudiar, planteadas por el entrevistador. (p. 246)

En la ejecución del primer objetivo se elaboró un guion de entrevista en la que se aborda temas que permite determinar el modelo de gestión y operación turística La entrevista fue aplicada al representante del área de turismo del

cantón Pedro Moncayo, a los presidentes de los GAD`s de Malchingui, Tocachi, Tupigachi y La Esperanza,

3.3.2. Fichas de observación.

Son instrumentos de investigación de campo, donde se registra la descripción detallada de lugares, personas, etc., que forman parte de la investigación. En el caso de personas y lugares se deben hacer descripciones precisas a detalle de lo que se observa (Troya, 2017).

Este tipo de instrumento ayuda a recolectar información sobre lugares y poblaciones en donde se encuentre el objeto de estudio mediante la observación directa de todas las características que se presenten en el lugar.

Para el desarrollo del segundo objetivo se realizó un levantamiento de información por medio de fichas de MINTUR y fichas de INPC en las que se estructura de manera específica las características que se contemplan en los formatos anteriormente mencionados.

Además, se utilizó fichas de observación, las cuales se efectuaron en los atractivos turísticos, en las parroquias, en el establecimiento de servicios (alimentación, hospedaje y transporte), en parques y sitios de concurrencia de turistas, ya que es necesario visitar el área de estudio para evidenciar los sucesos y añadir criterios personales que aporten a la investigación.

A continuación, se menciona los atractivos turísticos en los que se aplicó las fichas de MINTUR

- Lagunas de Mojanda
- Parque Arqueológico Cochasquí
- Bosque protector Jerusalén
- Museo de la Raíz
- Museo de “Mama Nati”

Se elaboró las fichas del INPC para el registro de las siguientes manifestaciones culturales del cantón.

- Fiestas de San Pedro
- Fiestas de Cantonización y Cosecha
- Fiestas de la virgen Santísima de Natividad
- Fiestas de Los Guioneros
- Feria de la Rosa.

En el desempeño del tercer objetivo se utilizó una ficha de operaciones turísticas para la determinación de las condiciones de servicio de los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte, esta ficha consta de indicadores sobre calidad de servicios, la infraestructura interna, infraestructura externa, capacidad de clientela, etc.

Se pudo entablar conversaciones con los responsables del manejo de los establecimientos, lo cual favoreció a la obtención de información que no se especifique en las fichas pero que de igual manera es relevante para el desarrollo del análisis. La ficha utilizada fue compartida por el Magister Anderson Maldonado docente de la Universidad Técnica del Norte.

La ficha para recolectar información sobre las compañías de transporte fue diseñado por la autora, tomando en cuenta ciertos parámetros que ayude a conocer sobre el estado en el que se encuentran las unidades de transporte, rutas y costos de servicios.

3.3.3. Cuestionario.

Según Leiva (2012, citado por Maldonado, 2015) el cuestionario “es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista, en el cual se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables; posibilita observar la valoración que hacer el encuestado o entrevistado” (p.71).

En la interpretación del cuarto objetivo se elaboró un cuestionario para conocer el perfil y las preferencias de la demanda turística la encuesta se aplicó a los turistas que visitaron las Lagunas de Mojada y Tabacundo en las fiestas de San Pedro.

La encuesta ayudó a conocer la procedencia de los turistas, posición económica, periodo que permanecieron en el cantón, sugerencias y opiniones sobre la actividad turística, etc. Posteriormente se realizó la tabulación de las respuestas.

3.3.4. Matriz FODA y DAFO.

Para concluir con el quinto objetivo se elaboró una matriz FODA de con los datos recolectados del resto de objetivos, en esta parte de la investigación se especifica los puntos críticos y los puntos favorables, que se presentan en el desarrollo turístico del cantón. Seguidamente se realizó una matriz de cruce DAFO, en la que se establece las estrategias de mejoramiento turístico, tomando en cuenta ámbitos económicos, sociales, ambientales, culturales y políticos.

3.4. Instrumentos.

A continuación, se especifica los instrumentos que se utilizaron para el desarrollo de la investigación, varios instrumentos se tomaron como referencia de otras investigaciones y otros instrumentos fueron elaborados por la autora.

Tabla 5:
Instrumentos utilizados

Objetivo específico 1	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Guía de entrevista ✓ Ficha de observación
Objetivo específico 2	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fichas MITUR ✓ Fichas INPC ✓ Fichas de observación
Objetivo específico 3	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fichas de operaciones turísticas para establecimientos ✓ Fichas de registro de transporte ✓ Fichas de observación
Objetivo específico 4	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encuesta

Objetivo específico 5	✓ Matriz FODA ✓ Matriz DAFO
-----------------------	--------------------------------

Fuente: Elaboración propia

3.5. Población

En el desarrollo del cuarto objetivo se utilizó como población el dato del número de turistas que visitan el cantón, ya que la encuesta tiene como objetivo la determinación del perfil y las preferencias del turista. La información se solicitó al departamento de Desarrollo Comunitario del GAD Municipal del cantón, quienes manifestaron, que no cuentan con una base de datos actualizada, pero se ha tomado como referencia el registro de visitas turísticas de los atractivos turísticos, dando como resultado 10000.

3.6. Muestra

Fórmula

$$n = \frac{N * d2 * Z2}{(N-1) * E2 + d2 * Z2}$$

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

d2 = Varianza 0,25

Z2= Nivel de Confianza

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

Determinación de la muestra

$$n = \frac{10000 * 0,25 * 3,8416}{9999 * 0,0025 + 0,25 * 3,8416}$$

369,983704

n =

Muestra: 370.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

En este capítulo consta la parte esencial de la investigación ya que se expone toda la información recopilada para el cumplimiento de los siguientes objetivos:

Objetivo Específico 1: Diagnosticar la situación actual del desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo.

Objetivo Específico 2: Caracterizar los principales atractivos turísticos del cantón Pedro Moncayo

Objetivo Específico 3: Determinar las condiciones de los servicios turísticos en los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte del cantón Pedro Moncayo

Objetivo Específico 4: Conocer el perfil y preferencias de la demanda turística del cantón Pedro Moncayo

Objetivo Específico 5: Establecer estrategias de mejoramiento turístico en el cantón Pedro Moncayo.

4.1. Diagnóstico de la situación actual del desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo.

Guía de entrevista.

1 ¿Qué función cumplen el GAD Municipal y los GAD's parroquiales con respecto a la actividad turística?

El representante de área de turismo del municipio del cantón, comentó que una función que han considerado necesaria es, trabajar conjuntamente con el Ministerio de Turismo y el Gobierno Provincial, haciéndose cargo de competencias turísticas como las que tienen el resto de cantones como promoción turística, manejo y control de atractivos turísticos que es en lo que se han enfocado mayormente, en este punto es necesario mencionar que durante esta administración del periodo 2015-2019 no contaban con un departamento de Turismo, esta función era compartida con el Departamento de Desarrollo Comunitario y el Departamento de Gestión Ambiental, quienes coordinaban las actividades que se realizaban a favor del turismo, en el año 2017 se implementó la contratación de un técnico de turismo que ejercía sus labores en el Departamento de Desarrollo comunitario.

Los representantes de los GAD's de las parroquias de Malchingui, Tocachi y Tupigachi, coinciden que pese a tener el potencial turístico, comentan que dentro de sus funciones aún no se encuentran en condiciones para fomentar la actividad turística, se expone que existe varias problemáticas, en algunos casos la falta de apoyo de las entidades públicas y privadas, carencia de recursos económicos dentro de los GAD's parroquiales, a esto se suma la falta de interés de la ciudadanía para ejercer cualquier tipo de actividad turística, por ende ha de dejado de lado el compromiso para ejercer esta función. Sin embargo, el representante del GAD Parroquial de La Esperanza manifiesta que durante su administración para cumplir con esta función lo primordial que deben hacer, es dar a conocer a su parroquia turísticamente mediante el apoyo de instituciones públicas y privadas que ellos mismo se han encargado de buscar por beneficio propio.

2 ¿Cuáles son los objetivos que se han planteado para impulsar la actividad turística en el GAD Municipal y Parroquial?

El GAD Municipal tiene como objetivo la creación de la Cámara de turismo con la finalidad de impulsar la actividad turística, y convertir al cantón en un destino reconocido del Ecuador para ello se ha hecho la invitación para formar parte de la cámara a los prestadores de servicios como hoteles, restaurantes, atractivos turísticos, que conjuntamente han brindado apoyo necesario para el beneficio del cantón.

Los representantes de las parroquias de Malchingui, La Esperanza, Tocachi, y Tupigachi concuerdan que es necesario el aporte económico para desarrollar cualquier actividad que beneficie a cada una de sus parroquias, es por ello que su objetivo primordial es ayudar a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, por ende los recursos que tienen es destinado a realizar obras como alcantarillado, viabilidad, agua potable alumbrado eléctrico, además coinciden en que los servicios básicos son necesarios para brindar una buena atención a los turistas y poder dinamizar la economía por medio del turismo. Por otra parte mencionan que las universidades públicas como la Universidad Central del Ecuador, la Universidad Técnica del Norte por parte de sus estudiantes han propuesto proyectos para el turismo los cuales todavía no se pueden ejecutar por falta de recursos económicos. .

3 ¿Qué modelo de gestión se aplica en la administración y operación turística en el cantón y en las parroquias?

El modelo de gestión del cual se han apoyado es mediante asociación, trabajando conjuntamente con comunidades, universidades, asociaciones, empresas públicas y privadas, ya que concuerdan que es necesario recibir ayuda para una correcta operación y manejo de los recursos turísticos, por ejemplo en la parroquia de Tupigachi han buscado el apoyo de las 3 hosterías para fomentar el turismo con esto se consigue un beneficio mutuo, se conoce que en esta parroquia son escasos los atractivos turísticos, sin embargo existe demanda turística y se debe a que las hosterías hacen su publicidad dando a conocer los paisajes de la parroquia. En Malchingui su representante incluye en su proceso de gestión el apoyo de las universidades que se muestran interesadas en aprovechar los recursos que tiene la parroquia, mediante el

emprendimiento de proyectos los cuales están truncados por falta de recursos económicos.

El representante de la parroquia de La esperanza, menciona que su modelo de gestión se direcciona hacia la intervención en las comunidades porque concluye que en las comunidades se encuentra la oportunidad de desarrollar la actividad turística. Por otro lado, el GAD Municipal conjuntamente con la Cámara de Turismo menciona que su modelo de gestión ha sido enfocado a las capacitaciones sobre diferentes temáticas mismas que están dirigidas a los empresarios involucrados en el ámbito turístico, esta gestión tiene como objetivo ofertar un destino turístico de calidad.

4 ¿Quién financia el desarrollo turístico del catón y de las diferentes parroquias?

Todos los entrevistados coincidieron que reciben ayuda económica directamente del estado y realizan autogestión. El municipio del cantón aporta a la Cámara de Turismo con recursos para la ejecución de proyectos turísticos. Para que el estado aporte con recursos económicos se debe justificar la inversión mediante la presentación de proyectos. En todas las parroquias se realiza autogestión para desarrollar emprendimientos, por ejemplo en la Parroquia de Malchingui trabaja conjuntamente con los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador, la ayuda del complejo Arqueológico de Cochasquí y el Bosque Protector Jerusalén. Las parroquias de La Esperanza y de Tocachi se han aliado con asociaciones extranjeras que aportan dinero para la creación de proyectos especialmente en las comunidades.

El encargado del GAD de la parroquia de Tupigachi gestionó la ayuda con las hosterías para promocionar turísticamente a la parroquia y en las festividades de parroquialización, además colaboran con artistas y toros para las corridas de toros populares, el entrevistado menciona que en época de fiestas hay más afluencia turística. Es decir, coinciden que para un mejor funcionamiento existe un financiamiento mutuo.

5 ¿Cómo se toman las decisiones sobre la gestión turística?

Para la toma de decisiones en el GAD Municipal toman en base de leyes, artículos y reglamentos, en el caso de proyectos se manejan con planes piloto para verificar si son viables o no para posteriormente ejecutarlos, en este caso el señor alcalde Magister Frank Gualsaquí es quien aprueba o desaprueba la elaboración de los proyectos por parte de la administración pública, por lo contrario las empresas privadas realizan sus proyectos con inversión propia, caso contrario si necesitasen ayuda del municipio tendrían que presentar las propuestas al señor alcalde y el decidirá si es viable o no para aportar con recursos del municipio.

Los representantes de las GADS parroquiales manifestaron que para tomar decisiones convocan a una asamblea, en la cual participa la ciudadanía, se expone las actividades a realizarse y por medio de votación de todos los asistentes se aprueba y desaprueba los proyectos.

Coinciden los entrevistados que los proyectos de ordenamiento territorial son la prioridad, habido presentación de proyectos turísticos pero la ciudadanía no se muestra interesada ya que en ocasiones no entienden sobre el tema o no se les ofrece un beneficio directo por el cual no les interesa participar.

6 ¿Cómo califica la participación de los actores sociales del cantón en el desarrollo turístico?

Desde el punto de vista de los GAD's se ha podido evidenciar que la ciudadanía se muestra comprometida por desarrollar turismo en el cantón, en la parroquia de Tabacundo es donde se ha desarrollado la mayoría de actividades turísticas, ya que con la ayuda de sus habitantes se ha podido cristalizar proyectos importantes que han marcado un hito para el cantón Pedro Moncayo.

Un ejemplo en el cual fue evidente la participación de la ciudadanía fue durante la declaratoria de las fiestas de San Pedro como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, ya que para hacer las investigaciones sobre esta importante tradición del cantón se llevaron a cabo una serie asambleas, reuniones, en las cuales se realizaba la invitación a la ciudadanía participe compartiendo historias y experiencias sobre las fiestas de San Pedro. La

ciudadanía es consiente sobre el valor que tiene para el cantón este reconocimiento, que se han comprometido a continuar con la trasmisión de las tradiciones a la futura generación.

Seguidamente el municipio puso en marcha otro proyecto para dar a conocer el cantón turísticamente, fue la obtención del reconocimiento de Guinness World Records con la construcción de la estructura floral más grande del mundo, se planteó la elaboración de una réplica de la pirámide con rampa más grande que se encuentra en el Complejo Arqueológico Cochasquí. Para la ejecución del proyecto fue importante el apoyo de las empresas públicas, privadas del cantón y sobre todo la ayuda de la ciudadanía, la manera en la cual apporto la población fue con la mano de obra sin ningún costo, durante los días que se realizó la construcción, la gente se acercaba ayudar o donaban refrigerios para quienes estaban realizando los arreglos, las personas se acercaban a brindar ayuda para realizar el riego de las rosas, otras personas acomodaban las rosas en la estructura.

Finalmente los entrevistados concuerdan que durante la actual administración si han fomentado en la ciudadanía el compromiso por ayudar al progresar cada una de las parroquias debido a que es necesario que todos colaboren de manera conjunta, hacerlo por convicción sin esperar nada a cambio, para ello han incentivado la creación de ferias culturales, gastronómicas y mercados que ofrecen productos cultivados en las parroquias, estos eventos ayudan a dinamizar la economía en las parroquias, gracias al involucramiento de sus habitantes. Por consiguiente, las autoridades y la ciudadanía buscan un mismo propósito que es mejorar la calidad de vida de todos los que conforman el cantón Pedro Moncayo

7 ¿Cuáles son los principales conflictos internos y externos que enfrenta la gestión turística y cómo los resuelven?

El GAD Municipal manifiesta que el principal conflicto que tienen recae sobre la falta de recurso económico para desarrollar proyectos, por ende, para intentar resolver esta problemática, realizan autogestión directamente con el

Consejo Provincial y Ministerio de Turismo. La municipalidad pretende conseguir todos los recursos necesarios para ayudar a fomentar el turismo en el cantón.

El representante del GAD de Malchingui de igual manera manifiesta que el recurso económico siempre va hacer un factor de discrepancia, porque la ciudadanía tiende a criticar cualquier tipo de actividad que se realice así sea para beneficio de ellos mismo, entonces para resolver los conflictos realizan las asambleas donde se pone en conocimiento de todas las actividades que se van a realizar en la parroquia y ellos forman parte de la toma de decisiones.

El representante del GAD de Tupigachi concluye que con los escasos del recurso económico, se vieron en la necesidad de buscar ayuda en las Universidades como por ejemplo la Universidad de Israel y la Universidad Central, gracias al aporte de los estudiantes de diferentes carreras, se ha podido ejecutar actividades dentro de las comunidades de la parroquia como por ejemplo los estudiantes de agronomía han brindado su apoyo a los agricultores y a las florícolas con conocimientos básicos sobre temas afines a la agricultura, los estudiantes de turismo elaboran los proyectos comunitarios y conjuntamente con las autoridades de la parroquia busca a posibles inversionistas para la ejecución de los proyectos.

Los representantes del GAD de La Esperanza y Tocachi mencionan han hecho todo lo posible para que su administración sea organizada, con la finalidad de que durante la ejecución de proyectos todos sean beneficiados, además comentan que el recurso económico que se les otorga para su administración es utilizado a los proyectos prioritarios, haciendo referencia adoquinamiento de calles, alumbrado público, alcantarillado y el mejoramiento del agua potable, para completar los proyectos faltantes realizan autogestión con el consejo provincial de Pichincha y el Municipio del cantón, a quienes se les ha solicitado apoyo para la construcción de mercados diarios, coliseos y estadios, consideran que por medio de la planificación evitan los conflictos internos y externos.

8 ¿Consideran que se satisface las expectativas de los turistas?

Por parte del representante del GAD Municipal manifiesta que a pesar de contar con planta turística, esta es insuficiente, por tal motivo falta mucho para cumplir con este objetivo, de igual manera comenta que hay que mejorar los atractivos turísticos, por tal razón se está tomando acciones como una adecuada promoción turística y una mejor oferta de servicios con estas ideas se pretende mejorar la experiencia del turista.

El representante del GAD de Tupigachi comenta que cuentan con planta turística de buena calidad, puesto que en la parroquia se encuentra la mayor cantidad de hosterías del cantón, por ejemplo, la hostería San Luis recibe en su mayoría turistas extranjeros de la tercera edad, en la hostería San José y la hostería Terranobles se oferta el agroturismo, que atrae a turistas de todas las edades, por ende el entrevistado considera que si se cumplen con las expectativas de los turistas.

En las parroquias de Tocachi y Malchingui no sucede lo mismo ya que no cuentan con planta turística, por tal razón no se puede cumplir con las expectativas del turista. Con respecto al Complejo Arqueológico Cochasquí que se encuentra en Tocachi y el Bosque Protector Jerusalem en Malchingui, son administrados por el Gobierno Provincial de Pichincha, por lo que no se conoce si dichos atractivos cumplen con la satisfacción del turista.

9 ¿Conoce usted si se realiza algún tipo de control de calidad en los establecimientos de servicios del cantón y de las parroquias?

Los entrevistados coinciden que no se ha realizado ningún tipo de control de calidad desde la administración pública hacia los establecimientos de servicios turísticos. Sin embargo, mediante la Cámara de Turismo del cantón se pretende lanzar una marca turística para quienes conforman la cámara en la cual se contemplan requisitos que deben cumplir las empresas para obtener el reconocimiento de calidad. En el caso de Malchingui y Tocachi al no contar con planta turística esta actividad no se ha tomado en cuenta.

10 ¿Cuáles son los beneficios económicos, ambientales y sociales que ha generado la gestión turística?

El representante del GAD Municipal manifiesta que el beneficio económico que se ha percibido es directamente para los establecimientos de servicios turísticos y por el efecto multiplicador del turismo se beneficia la ciudadanía en general. Con la ayuda del departamento de Gestión Ambiental del municipio, se ha brindado capacitaciones para el cuidado ambiental a la ciudadanía, se pretende implementar en los atractivos naturales estructuras amigables con el medio ambiente para no alterar al ecosistema de los mismos, en las capacitaciones se ha incluido a los ciudadanos para que adquieran nuevos conocimientos y a su vez aporten con ideas y sugerencias a favor del bienestar del cantón.

En la parroquia de Tupigachi y de La Esperanza mencionan que dentro de sus competencias se considera la conservación del medio ambiente independientemente del desarrollo de la actividad turística. Por tal motivo consideran que los beneficios económicos y sociales se han dado en base a la producción florícola, a la agricultura y al turismo, debido a que todo influye para el desarrollo de la parroquia.

El representante del GAD de Malchingui manifiesta que no cuentan con un modelo de gestión para el sector turístico, por ende no se puede asegurar que exista algún beneficio que aporte esta actividad, ya que sostiene que el atractivo más reconocido de la parroquia es administrado por el Consejo Provincial.

El representante de la parroquia del GAD de Tocachi comenta que los beneficios se verán reflejados conforme se desarrolle la actividad turística, lastimosamente en la actualidad no sucede, al igual que en Malchingui el atractivo turístico es manejado por el Consejo Provincial de Pichincha.

11 ¿Cuál es la proyección a corto y largo plazo para la gestión turística?

Los entrevistados coinciden en que la principal proyección que contemplan dentro de su administración es impulsar el turismo en el cantón, para lograr este objetivo es necesario trabajar de manera conjunta el alcalde y los presidentes

de las diferentes parroquias, adicionalmente comentaron que se debe fomentar en la ciudadanía el emprendimiento emprender cualquier tipo de actividad sujeta al turismo.

El municipio del cantón Pedro Moncayo se plantea a futuro la creación de la marca turística para darse a conocer a nivel nacional e internacional. Para la creación de la marca se ha involucrado a todas las parroquias, considerando las principales características de las mismas

Para la marca turística se ha propuesto el slogan “Vive el aroma, Vive lo místico, Pedro Moncayo, haciendo referencia a la producción florícola del cantón, las fiestas tradicionales de San Pedro y al complejo Arqueológico Cochasquí.

A continuación se muestra el logotipo con el cual se pretende promocionar al cantón Pedro Moncayo a nivel nacional e internacional. Los creadores de la marca ciudad, consideran que la misma debe ser empoderada por la ciudadanía, para que ayuden a la difusión turística, dando buenas recomendaciones a los turistas que visitan en cantón



Figura 6 Logotipo Marca ciudad del cantón Pedro Moncayo
Fuente: Página de Facebook Pedro Moncayo, vive el Aroma, vive lo Místico

Se conoce que la prioridad de los GAD`s, es la realización de las obras, que benefician al mejoramiento de la calidad de los ciudadanos, como la educación, salud, viabilidad, servicios básicos, adecuación de parques, adecuación de

canchas, construcción de mercados y construcciones de sedes sociales, ya que estas instalaciones son de uso cotidiano, cumplen con una función.

Cabe mencionar el interés que tienen las autoridades, por fomentar el desarrollo turístico, sin embargo, el escaso apoyo económico que reciben por parte del Estado, limita la ejecución de proyectos de turismo sin embargo por medio de la autogestión se ha considerado dentro de sus competencias realizar actividades turísticas que beneficien a las parroquias y al cantón

Los objetivos que se han planteado para impulsar el turismo, es la realización de convenios con entidades particulares, que aporten con recursos, y se pueda cristalizar los proyectos planeados. La Universidad Central del Ecuador y la Universidad Técnica del Norte, cumplen un rol importante en la ejecución de emprendimientos, debido al involucramiento de los estudiantes con las comunidades, siendo ellos los encargados de realizar investigaciones que aporten al beneficio de la ciudadanía.

Algunas administraciones no disponen de un modelo de gestión para la operación turística, debido a la falta de un especialista que se encargue de desarrollar esta función. A su vez se han creado convenios con universidades, asociaciones, empresas públicas y privadas, las cuales han intervenido en el proceso de planificación de los proyectos.

La participación ciudadana es otro eje primordial para impulsar el desarrollo turístico, en varias ocasiones se ha evidenciado el involucramiento y compromiso que tienen por dar a conocer al cantón a nivel nacional e internacional, principalmente las manifestaciones culturales siendo las fiestas tradicionales el producto estrella del cantón.

Se considera necesario que dentro de las competencias de la Cámara de Turismo del cantón, se plantee la gestión del control de calidad en los prestadores de servicios turísticos, con el propósito de brindar la ayuda oportuna en los establecimientos, para el mejoramiento continuo, y ofertar servicios de calidad a los turistas.

4.2. Caracterización los principales atractivos turísticos del cantón. Pedro

Moncayo.

El cantón Pedro Moncayo está conformado por las parroquias de La Esperanza, Tocachi, Tupigachi, Malchingui y Tabacundo como cabecera cantonal, en las diferentes parroquias se puede encontrar recursos naturales y culturales los cuales han sido aprovechados de manera oportuna por parte de la administración pública y la administración privada.

Dentro de los principales recursos turísticos naturales y culturales se puede encontrar, Lagunas de Mojanda, El bosque protector Jerusalén, Pirámides de Cochasquí, Museo de la Raíz, Museo Virgen de Natividad, Iglesia Matriz de Tabacundo, La Esperanza, Tocachi, Malchingui y Tupigachi.

En cuanto a los recursos turísticos se mencionan las manifestaciones culturales que se infiere son el producto estrella que posee el cantón Pedro Moncayo, como son las fiestas de San Pedro declaradas en el año 2016 como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, las fiestas de Cantonización y Cosecha, fiestas en honor a la Santísima Virgen de Natividad, las fiestas de los Guioneros en Semana Santa y las fiestas de la Rosa. A continuación, se realiza una descripción de la información recolectada a través de las diferentes fichas utilizadas.

4.2.1. Lagunas de Mojanda.

Tabla 6

Caracterización Lagunas de Mojanda

LAGUNAS DE MOJANDA
Fotografía



Figura.7 Cabañas ubicadas en las Lagunas de Mojanda.

Fuente: <http://www.pedromoncayo.gob.ec/>

<p>Ubicación</p>	<p>La zona lacustre Mojanda a una distancia de una hora aproximadamente de Tabacundo como poblado más cercano, y a dos horas de la ciudad de Quito e Ibarra la temperatura que oscila entre los 9°C y 12°C.</p> <p>-Coordenadas.</p> <p>Latitud 0.1394962</p> <p>Longitud -78.2675457</p> <p>Altura 3740 msnm</p>
<p>Descripción</p>	<p>La zona lacustre Mojanda se constituye por un área montañosa, ubicada en la parte central de la cordillera de los Andes, el área del atractivo turístico se compone de la Laguna Karikucha que es la más grande, Yanakucha y Warmikucha, también se divisa el volcán Fuya Fuya que en la actualidad se encuentra inactivo por lo cual si es posible hacer expediciones y recorridos. En cuanto a flora se puede encontrar romero de monte, chuquiragua, mortiño, totora, chocho de monte, pajonal de paramo, arrayán, moras y yagual entre otras. La fauna que se puede encontrar son mirlos, quilicos, quindes, torcazas, lobo de páramo, conejo de páramo, zorrillo.</p> <p>Dentro de la zona se ha construido cabañas que disponen de camas, baño privado, y cocina, existe un área donde se puede</p>

	<p>acampar, además cuenta con una zona BBQ para que el turista pueda preparar sus alimentos.</p> <p>Las actividades que se pueden realizar son diversas como por ejemplo caminatas, picnics, avistamiento de aves, pesca deportiva y toma de fotografías.</p> <p>En la zona de las cabañas se encuentran guardabosques que son los encargados de cuidar el lugar y ayudar al turista con información.</p> <p>Si se va a utilizar los asadores para preparar la comida es necesario llevar su propia leña ya que se quiere evitar la destrucción dentro de la zona.</p> <p>Para ocupar las cabañas hay que realizar una reservación previa en la página web del municipio (http://www.pedromoncayo.gob.ec/).</p>
Recomendaciones	<p>Recomendaciones básicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ropa comida y abrigada -Cámaras fotográficas -Tiendas de campaña -Artículos para acampar - Fundas de basura.
Como llegar	<p>Como referencia se toma la distancia desde la ciudad de Quito, tomar la vía panamericana Norte hasta la ciudad de Tabacundo, ingresando por la plazoleta del barrio La Banda hasta llegar al camino que dirige a las laguna, el camino presenta su respectiva señalización. Aproximadamente llegar a las Lagunas toma una hora desde Tabacundo obviamente esto puede variar dependiendo del clima ya que en ocasiones de lluvia el camino se daña y se puede demorar un poco más el recorrido.</p> <p>De no tener vehículo propio, se puede alquilar camionetas en Tabacundo que por un costo de 40 \$ dólares realizan el recorrido de ida y vuelta.</p>

Responsable	GAD Municipal del cantón Pedro Moncayo.
Contacto	-(02)3836560. - http://www.pedromoncayo.gob.ec/

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Complejo Arqueológico Cochasquí.

Tabla 7

Caracterización del Complejo Arqueológico Cochasquí

Fotografía



Figura 8. Tolas de Cochasquí.

Fuente: <http://www.pedromoncayo.gob.ec/>

Ubicación	<p>Se localiza en la comunidad de Cochasquí perteneciente a la parroquia de Tocachi, se ubicado a 25km desde Tabacundo y a 58km desde la ciudad de Quito siguiendo la vía Panamericana norte.</p> <p>-Coordenadas:</p> <p>Latitud 0.0549155</p> <p>Longitud -78.3043563</p> <p>Altura 3030 msnm</p>
Descripción	<p>El Complejo Arqueológico Cochasquí comprende 83 hectáreas aproximadamente, en las cuales se distribuye 4 museos de sitio, 15 pirámides con rampa y 21 montículos funerarios.</p> <p>En el complejo realizan recorridos guiados tanto en las pirámides como en los museos, además se puede acampar, ya que cuentan con un área específica para eso.</p> <p>Durante los solsticios del año el complejo se convierte en un punto de encuentro para la práctica de rituales ancestrales, quien preside este ritual es un shaman quien mediante ofrendas agradece a la madre tierra por sus bondades. En esta festividad participa las autoridades máximas del cantón, la ciudadanía y los turistas. Siendo</p>

	<p>este un motivo de celebración también se realiza una feria gastronómica con platos típicos de la zona. Ingresar al complejo se debe pagar un valor de un dólar para adultos, cincuenta centavos para niños y personas de la tercera edad.</p> <p>En cuanto a flora, se encuentra especies típicas de la zona andina como pumamaqui, arrayán chilca, pinos, eucaliptos y cascarillo. La fauna que se puede encontrar mirlos, tórtolas, quílicos, conejos y llamas.</p>
Recomendaciones	<p>Recomendaciones básicas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Llevar refrigerios y snaks -Cámaras fotográficas -Tiendas de campaña -Artículos para acampar - Fundas de basura
Como llegar	<p>Para llegar al complejo se debe tomar la vía Panamericana Norte desde la ciudad de Quito tomando de ejemplo el punto de partida, una vez que se llegue al peaje de Cochasquí se sigue la señalética del desvío para llegar al complejo Arqueológico Cochasquí.</p> <p>La compañía de transporte Malchingui realiza el recorrido hacia el complejo, esta ruta comprende a Cayambe, Tabacundo, Tocachi y Malchingui. El costo del pasaje desde Tabacundo hasta la comunidad de Cochasquí es de cincuenta centavos. También se puede contratar una camioneta por el valor de diez dólares solo de ida.</p>
Responsable	Gobierno Provincial de Pichincha.
Contacto	<p>(593 2) 394 6760</p> <p>gadpp@pichincha.gob.ec</p>

4.2.3. Bosque Protector Jerusalem

Tabla 8
Caracterización Bosque Protector Jerusalem.

BOSQUE PROTECTOR JERUSALÉM.	
Fotografía	
	
<p><i>Figura 9.</i> Área de camping del Bosque Protector Jerusalem.</p> <p>Fuente: http://www.pedromoncayo.gob.ec/</p>	
Ubicación	<p>Se encuentra ubicado a 2300 msnm en la parroquia de Malchingui a unos 80 minutos de la ciudad de Quito y de Ibarra.</p> <p>Coordenadas</p> <p>Latitud 0.0019412</p> <p>Longitud -78.3757912</p> <p>Altura 2300 msnm</p>
Descripción	<p>El Bosque Protector Jerusalém, está compuesto por 1100 hectáreas, presenta un temperatura de 17°C, dentro del atractivo se puede realizar algunas actividades como por ejemplo, avistamiento de aves desde los diferentes miradores que tiene el complejo, recorridos auto guiados ya que toda el área tiene señalética con información sobre la fauna y flora que se puede encontrar, es posible hacer el recorrido en el tren ecológico,</p>

	<p>cabalgatas, se puede practicar pesca deportiva en una de las lagunas artificiales que se ha construido para realizar esta actividad, se puede practicar natación, cuenta con canchas de fútbol, canchas de básquet, áreas para acampar, áreas para hacer fogatas controladas, áreas para hacer asados y también hay un bar comedor para el deleite de los turistas.</p> <p>En cuanto a fauna se puede encontrar especies propias de la zona como golondrinas, colibríes, tórtolas, quindes, chingolos, cuturpillas, carpinteros, lagartijas, serpientes no venenosas,</p> <p>La flora que se puede encontrar es pencos, algarrobo, tuna roja, cholán, árbol de capulí, lecheros y eucalipto, se menciona a estas especies ya que son las que más predominan en el área</p>
Recomendaciones	<p>Recomendaciones básicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Es necesario utilizar ropa ligera para el calor -Gorras para cubrirse del sol -Protector solar -Llevar refrigerios y snaks -Cámaras fotográficas -Tiendas de campaña -Artículos para acampar - Fundas de basura
Como llegar	<p>Se puede llegar en vehículo propio desde la ciudad de Quito e Ibarra tomando la panamericana norte tomando el desvío en el puente del rio Pisque tomando la vía a Puèllaro para llegar al atractivo. Desde Quito se puede utilizar la línea de transporte San José de Minas que sale desde el terminal de la Ofelia, la compañía de Transporte Malchingui cubre esta ruta, partiendo desde Cayambe hasta Malchingui.</p>
Responsable	Gobierno Provincial de Pichincha.


Contacto	(593 2) 394 6760
	gadpp@pichincha.gob.ec

nte: Elaboración propia.

4.2.4. Museo de la Santísima Virgen de Natividad.

Tabla 9

Caracterización del Museo Santísima Virgen de Natividad.

MUSEO DE LA SANTÍSIMA VIRGEN DE NATIVIDAD	
Fotografía	
	
	<p><i>Figura 10</i> Sala que expone elementos religiosos del museo.</p> <p>Fuente: http://www.pedromoncayo.gob.ec/</p>
Ubicación	<p>El museo se encuentra en las calles Luis Freire y Plaza Gutiérrez a un costado de la iglesia, que está en el parque central de Tabacundo.</p> <p>-Coordenadas:</p> <p>Latitud 0.048664</p> <p>Longitud -78.2216129</p>

	Altura 2860 msnm
Descripción	<p>El museo cuenta con ocho salas que exhibición con exposiciones de esculturas y objetos de valor histórico, una de las salas hace referencia a las fiestas tradicionales del cantón Pedro Moncayo, muestra de ello es la representación de las fiestas de San Pedro y Los Guioneros de Semana Santa, también se observan piezas que representan la religiosidad de los pobladores algunas son piezas valiosas, en otra de las salas se puede observar, piezas que han sido obsequios de otras iglesias, en su mayoría son objetos que hacen referencia a la escuela quiteña.</p> <p>Una de las exposiciones trata sobre la cosmovisión andina a través de la reflexología cabe recalcar que esta sala es participativa y demostrativa, el guía pide la colaboración de los visitantes para realizar una demostración sobre el tema.</p> <p>Los ingresos al museo y al santuario son guiados por los catequistas de la iglesia y no tienen costo, pues la administración busca incentivar el interés por fomentar el aprendizaje de la cultura del cantón.</p> <p>Este atractivo no están visitado, debido a que no está abierto de forma permanente debido a la escasa afluencia turística, solo habilitan en museo en temporadas festivas, por ejemplo las fiestas en Honor a la Virgen de Natividad.</p> <p>La Junta Pastoral ha considerado manejar un sistema de reservaciones para brindar un mejor servicio al turista.</p>
Recomendaciones	<p>Recomendaciones básicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cámaras fotográficas. -Libreta de apuntes. -Filmadoras <p>Se prohíbe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ingreso con animales -Ingresar con armas de cualquier tipo

	<ul style="list-style-type: none"> -Ingreso de alimentos y bebidas -Consumo de bebidas alcohólicas -Fumar dentro del museo
Como llegar	Desde la ciudad de Quito se toma la panamericana norte hasta llegar a Tabacundo, el viaje dura aproximadamente 65 minutos, de ahí se debe direccionar hasta el parque central Homero Valencia, donde se puede observar a la Iglesia Matriz de Tabacundo.
Responsable	Párroco Roberto Nepas.
Contactos	2366-171- 2350-260

Fuente: Elaboración propia

4.2.5. Museo Nuestra Raíz.

Tabla 10

Caracterización Nuestra Raíz.

MUSEO NUESTRA RAIZ	
Fotografía	
	<p><i>Figura 11. Virgen de la Raíz.</i></p>

Fuente: *Página de Facebook Museo Nuestra Raíz*

Ubicación	<p>El museo se encuentra ubicado en el barrio El Tambo, parroquia de Tabacundo.</p> <p>-Coordenadas:</p> <p>Latitud 0.0529042</p> <p>Longitud 0.0529042</p> <p>Altura 2.870</p>
Descripción	<p>El museo de la Raíz es un atractivo turístico privado administrado por la señora María Elena Jaramillo y su familia, en este lugar se puede encontrar una sala de exhibición de raíces de los árboles que se encuentran en el sector que han sido recolectados por la dueña. Esta nueva propuesta turística se ha desarrollado de acuerdo al interés de su propietaria por dar a conocer turísticamente al cantón por medio de la naturaleza. La sala de exhibición principal muestra una serie de raíces recolectadas por la dueña quien manifiesta que poseen un valioso significado, la guía está a cargo de la propietaria y durante el recorrido explica desde su punto de vista la forma y el significado de cada una de las raíces, los turistas también participan y también dar su punto de vista sobre el mismo tema.</p> <p>Adicionalmente la señora María ofrece a los turistas una muestra gastronómica tradicional, con los platos típicos como cuy asado, caldo de gallina, habas cocinadas todo acompañado del tradicional ají de pepa de sambo. Para degustar de la gastronomía dentro del atractivo se debe realizar una reservación previa para que la propietaria pueda preparar con tiempo sus deliciosos platillos.</p> <p>En la actualidad dentro del atractivo se ha implementado una capilla construida netamente de piedra de río, se ha construido una especie de plaza para eventos culturales y se está construyendo una sala de recepción para eventos. En si toda la propiedad de la señora María puede ser recorrida, ya que tiene un paisaje hermoso en medio del bosque.</p>


	La entrada al museo es de un dólar para todo el público, con este dinero la señora hace el mantenimiento del museo.
Recomendaciones	<p>Recomendaciones básicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cámaras fotográficas, filmadoras -Ropa cómoda y abrigada -Protector solar <p>Se prohíbe:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ingresar con armas de cualquier tipo -Consumo de bebidas alcohólicas -Fumar dentro del museo
Como llegar	Desde la ciudad de Quito se toma la panamericana norte hasta llegar a Tabacundo, el viaje dura aproximadamente 65 minutos, de ahí se debe direccionar hasta el barrio El Tambo, el lugar tiene su respectiva señalética para que el turismo pueda llegar fácilmente.
Responsable	Señora María Elena Jaramillo, propietaria del museo
Contacto	Facebook: Museo Nuestra Raiz

Fuente: Elaboración propia

4.2.6. Molino “El Cucho”

Tabla 11

Caracterización Molino "El Cucho"

MOLINO “EL CUCHO”	
Fotografía	
	
<p>Figura 12. Molino "El Cucho"</p> <p>Fuente: http://www.pedromoncayo.gob.ec/</p>	
Ubicación	<p>Se ubica en la comunidad de Cananvalle, en el barrio San Luis de Ichisi a 70 minutos desde la ciudad de Quito y a una hora desde la ciudad de Ibarra.</p> <p>-Coordenadas:</p> <p>Latitud 0.0233333</p> <p>Longitud -78.19833333333334</p> <p>Altura 2750 msnm</p>
Descripción	<p>El Molino también conocido como Cananvalle (molino del cucho), tiene más de 100 años de antigüedad, se encuentra dentro de una casa con paredes de adobe cuyos dueños Julián y María lo han conservado de la mejor manera, por tal motivo es considerado una reliquia para el Cantón Pedro Moncayo. Es una estructura</p>

	<p>hecha de piedra que tiene dos ruedas que giran impulsadas por la presión del agua, se lo usa para triturar diferentes granos como el trigo y el maíz.</p> <p>En el lugar no se ha desarrollado turísticamente, ya que al ser una propiedad privada es complicado que los propietarios accedan a realizar cualquier tipo de actividad dentro de sus tierras, pero en vista de su potencial turístico el municipio ha brindado apoyo para su desarrollo y en la actualidad ya se puede hacer recorridos en la propiedad, adicionalmente la señora María ofrece a los turistas platos típicos hechos por ella en su cocina de leña que da un valor agregado al servicio.</p> <p>Al ser una propiedad privada los dueños cobran una módica entrada de dos dólares que obviamente les ayuda para su sustento.</p>
Recomendaciones	<p>Recomendaciones básicas</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cámaras fotográficas. -Filmadoras -Ropa cómoda y abrigada -Protector solar
Como llegar	Desde Quito siguiendo la vía Guaylabamba- Tabacundo y desde Ibarra tomando la panamericana norte hasta Tabacundo. Del sector de la Y de Tabacundo hay que direccionarse a la comunidad de San Luis de Ichisi,
Responsable	Julián Cacuango.
Contacto	(+593) 0981770608

4.2.7. Guioneros de Semana Santa.

Tabla 12

Caracterización Fiesta Tradicional de Semana Santa.

GUIONEROS DE SEMANA SANTA

Fotografía



Figura 13. Procesión de Domingo de Ramos.

Fuente: <http://www.pedromoncayo.gob.ec/>

Ubicación	<p>Las fiestas se desarrollan por las calles de la parroquia de Tabacundo.</p> <p>-Coordenadas de Tabacundo</p> <p>Latitud 0.048664</p> <p>Longitud -78.2216129</p> <p>Altura 2860 msnm</p>
Descripción	<p>La Semana Santa en Tabacundo, se celebra de diferente manera ya que la participación campesina aporta características especiales a las celebraciones de la Semana Santa, sobre todo en el Domingo de Pascua, en la celebración se mezcla la tradición ancestral de los Guioneros y la fe popular.</p> <p>El Guionero es un campesino cristiano que para esta celebración cambia su atuendo tradicional por una forma de vestir muy elegante. Para esta ocasión el Guionero viste un distinguido terno de casimir negro, y lleva en sus manos una bandera aproximadamente dos metros de alto decorado con encajes y cintas muy coloridos, en la parte superior se distingue una cruz</p>

que se halla cubierta con un velo blanco.

Desde el Domingo de Ramos hasta el Viernes Santo al Guionero le acompañan tres parejas de bracerantes, que a diferencia del guionero llevan un atuendo blanco adornado con abundante papel multicolor,

Cada pareja de bracerantes sale a las celebraciones religiosas batiendo un pequeño bracero en la que queman el incienso. En la procesión de viernes Santo, realicen un recorrido por las principales calles de Tabacundo.

Los Domingo de Pascua el Guionero sale con un atuendo muy similar al de los bracerantes pero en esta vez recorre las calles portando una inmensa bandera adornada de una manera muy artística, las banderas que se utilizan durante el recorrido llegan a tener un costo aproximado de 400 dólares esto varía de acuerdo a los materiales que se utilice. Al ritmo de una alegre melodía entonada en pífano, los Guioneros, acompañados de su comunidad, van en procesión a la Iglesia.

En el momento de la consagración de la misa de Pascua de resurrección baten festivamente las banderas, en expresión de alegría por la resurrección de Jesús, una vez que terminada la celebración religiosa, los Guioneros salen al atrio a batir las banderas de la Pascua, luego continuando la procesión con la imagen de Jesús Resucitado, que recorre las principales calles de la ciudad.

Durante el trayecto son acompañados de todos los vecinos y parientes de sus comunidades, quienes llegan con comida para ser compartida con todos, posteriormente continúan con el festejo por las calles, batiendo las banderas del triunfo de Jesús a la muerte, las celebraciones se extienden hasta altas horas de la noche en cada una de sus comunidades.

Para disfrutar de esta celebración se puede recorrer el trayecto conjuntamente con los Gioneros y participar en las fiestas de las comunidades

Recomendaciones	Recomendaciones básicas. -Utilizar cámara fotográfica o filmadora -Utilizar ropa cómoda y abrigada
Como llegar	Desde Quito siguiendo la vía Guaylabamba- Tabacundo y desde Ibarra siguiendo la panamericana norte hasta Tabacundo. El desfile se realiza por las calles Sucre y calle Bolívar, que son las principales de la parroquia.
Responsable	Párroco Roberto Nepas
Contacto	2366-171- 2350-260

boración propia.

4.2.8. Fiestas de San Pedro

Tabla 13

Caracterización Fiestas de San Pedro.

FIESTAS DE SAN PEDRO
Fotografía



Figura 14. Huasicamas reuniéndose para participar en el desfile.

<p>Ubicación</p>	<p>Las fiestas se desarrollan por las calles de la parroquia de Tabacundo.</p> <p>-Coordenadas de Tabacundo</p> <p>Latitud 0.048664</p> <p>Longitud -78.2216129</p> <p>Altura 2860 msnm</p>
<p>Descripción</p>	<p>Las Fiestas de San Pedro se festejan durante los meses de junio, julio y agosto. Los personajes destacado de las fiestas son el diablohuma, que es quien dirige a las galladas, los músicos que al ritmo de guitarras, queñas, bombos y coplas dan alegría a quienes participan en el baile, junto con los músico están las huasicamas y los aruchicos que bailan y cantan las coplas con algarabía para el deleite quienes observan emocionados esta festividad.</p> <p>La vestimenta que utilizan las mujeres está conformada por una blusa bordada con hilos y cintas, también utilizan dos centros de colores en combinación con la blusa, las alpargatas también deben ser combinadas con la vestimenta, las fachalinas son usadas para cubrirse del frio, el uso de collares y manillas complementan la vestimenta. El aruchico usa una camisa bordada, zamarro, chompa de cuero y sombrero, el diabluma es el</p>


Fuente:
Elaboración
propia

	<p>nombre del personaje y el nombre de la máscara cuyo significado es la dualidad de la vida, el bien y el mal, el día y la noche para complementar el traje usan lo mismo que el aruchico pero adicionalmente usan el acial para abrir camino al grupo y puedan seguir bailando</p> <p>Los recorridos los realizan por las calles de Tabacundo hasta llegar a la tribuna donde se encuentran de jurado las máximas autoridades del cantón, se otorga un reconocimiento a las galladas que participan de la festividad.</p> <p>Las Fiestas de San Pedro fueron declaradas como Patrimonio Inmaterial del Ecuador el 12 de Junio del 2016 siendo así un hito relevante para el cantón, convirtiéndose en motivo de orgullo para los habitantes</p>
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none">-Utilizar cámara fotográfica o filmadora-Utilizar ropa cómoda y abrigada-Participar en las fiestas de San Pedro-Tener precaución con sus pertenencias
Como llegar	Desde Quito siguiendo la vía Guaylabamba- Tabacundo y desde Ibarra siguiendo la panamericana norte hasta Tabacundo. El desfile puede ser observado desde cualquier sector de Tabacundo ya que los bailarines recorren todos los barrios del lugar.
Responsable	GAD Municipal del cantón Pedro Moncayo.
Contacto	(593 2) 394 6760 gadpp@pichincha.gob.ec

4.2.9. Fiestas de Cantonización y Cosecha.

Tabla 14

Caracterización Fiestas de Cantonización y Cosecha

FIESTAS DE CANTONIZACIÓN Y COSECHA	
Fotografía	
	
<p>Figura 15. Desfile de la Alegría</p> <p>Fuente: http://www.pedromoncayo.gob.ec/</p>	
Ubicación	Las fiestas se desarrollan por las calles de la parroquia de Tabacundo, desde el barrio La Playita hasta el barrio de la Banda. -Coordenadas Tabacundo Latitud 0.048664 Longitud -78.2216129 Altura 2860 msnm
Descripción	Las fiestas de la cantonización del cantón Pedro Moncayo inician la primera semana de Septiembre con el pregón de fiestas, donde participan las autoridades municipales, las candidatas a reinas del cantón varias delegaciones de otras ciudades, delegaciones locales con sus respectivas comparsas el desfile se acompaña de coloridos carros alegóricos.

	<p>Las fiestas continúan con la elección y coronación de la reina quien será la representante de la belleza pedromoncaense. Posteriormente se realiza una serie de actividades tales como mingas en los distintos barrio de parroquias del cantón, también se organizan campeonatos de cabe que es un juego tradicional del cantón. Además se realiza la expo feria artesanal, en la cual participan todos quienes tienen pequeños emprendimientos, microempresas que exponen y venden sus productos, este evento es una ventana para que los emprendedores se den a conocer y se promociones a nivel local, regional y nacional ya que a este evento existe mayor afluencia de turistas.</p> <p>La tradicional corrida de Toros Populares es una actividad de la cual todos los habitantes participan construyendo los entablados, para poder apreciar el espectáculo taurino, la gastronomía juega un punto importante dentro de esta actividad ya que alrededor de la plazoleta de la Banda en la parte de debajo de los entablados se puede degustar de comida típica del cantón, logrando así un escenario perfecto para compartir con propios y extraños una tarde de diversión taurina.</p> <p>El desfile de la Alegría es similar al pregón de iniciación de fiestas, ya que se hace presentes las autoridades del cantón, la reina electa, y una serie de comparsas que llegan a celebrar la cantonización del cantón. Las festividades concluyen con la sesión solemne el 26 de Septiembre, en esta celebración el Sr alcalde da su discurso, en el cual menciona las actividades que han sido realizadas, sobre las obras que se están ejecutando para mejorar el cantón, y en este año se hizo el lanzamiento oficial de la nueva marca ciudad, con el propósito de que el cantón se posiciones turísticamente en la mentalidad del turista.</p>
Recomendaciones	Se recomienda visitar la página oficial de Facebook GAD de Pedro Moncayo, para que revisen el programa de fiestas, de esta manera podrán coincidir su visita con las actividades planificadas.
Como llegar	Desde Quito siguiendo la vía Guaylabamba- Tabacundo y desde Ibarra siguiendo la panamericana norte hasta Tabacundo. El desfile puede ser observado desde cualquier sector de Tabacundo

	ya que los bailarines recorren todos los barrios del lugar.
Responsable	GAD Municipal del cantón Pedro Moncayo.
Contacto	(593 2) 394 6760 gadpp@pichincha.gob.ec

Fuente: Elaboración propia

4.2.10. Fiestas en honor a la Virgen Santísima de Natividad.

Tabla 15

Caracterización Fiestas de la Santísima de Natividad.

FIESTAS EN HONOR A LA SANTÍSIMA VIRGEN DE NATIVIDAD	
Fotografía	
	
<p>Figura 16 Procesión con la imagen de la Virgen de Natividad</p> <p>Fuente: http://www.pedromoncayo.gob.ec/</p>	
Ubicación	Las fiestas se realizan en el atrio de la iglesia matriz de Tabacundo ubicada al frente del Parque Homero Valencia

	<p>-Coordenadas Tabacundo</p> <p>Latitud 0.048664</p> <p>Longitud -78.2216129</p> <p>Altura 2860 msnm</p>
<p>Descripción</p>	<p>Con mucha alegría y devoción, los ciudadanos del cantón inician la programación de festejos por la celebración de las fiestas de la Santísima Virgen de Natividad, que es venerada en la iglesia matriz de Tabacundo.</p> <p>Las fiestas se realizan durante el mes de noviembre, empiezan con la novena que se celebran todos los días en la iglesia, la novena está a cargo de los diferentes barrios de Tabacundo.</p> <p>La coronación canónica a la Virgen de Natividad, tiene como protagonista al párroco de Tabacundo, el Padre Roberto Nepas que es el encargado de planificar las actividades a realizarse durante el mes, como por ejemplo el pregón de iniciación de la fiesta, la tradicional quema de chamizas.</p> <p>En honor a la virgen se realiza una caminata que comprende la ruta desde el parque central de Calderón hasta Tabacundo, a la caminata acuden personas de todas las partes del Ecuador que son devotos de la virgen, cabe mencionar que durante las mismas fechas se realizan las fiestas de la Virgen del Quinche.</p> <p>El 23 de Noviembre se realiza un festival cultural con presentación de artistas de la localidad y ferias gastronómicas. Por la noche continua la celebración con una misa en honor de la virgen, esta celebración es tan importante que la iglesia es adornada solamente con rosas que son donadas por las empresas florícolas. Al finalizar la misa se realiza la quema de castillos y el baile popular.</p> <p>Durante la época de fiestas de la Virgen de Mama Nati se abre el museo al público todos los fines de semana, la entrada es gratuita y los recorridos son guiados.</p>
<p>Recomendaciones</p>	<p>Se recomienda visitar la página oficial de Facebook GAD de Pedro Moncayo, para que revisen el programa de fiestas, de esta</p>

	manera podrán coincidir su visita con las actividades planificadas.
Como llegar	Desde Quito siguiendo la vía Guaylabamba- Tabacundo y desde Ibarra siguiendo la panamericana norte hasta Tabacundo. Las misas y los festejos se realizan en el parque Homero Valencia.
Responsable	Párroco Roberto Nepas
Contacto	2366-171- 2350-260

Fuente: Elaboración propia

4.2.11. FERIA DE LA ROSA

Tabla 16

Caracterización Feria de la Rosa

FERIA DE LA ROSA	
Fotografía	
	<p><i>Figura 17. Arreglo floral más grande del mundo</i></p> <p>Fuente: Página de Facebook Primero la Gente Pedro Moncayo</p>

Ubicación	<p>Las fiestas se realizan en la Calle Sucre y Calle Bolívar en la parroquia de Tabacundo</p> <p>-Coordenadas Tabacundo</p> <p>Latitud 0.048664</p> <p>Longitud -78.2216129</p> <p>Altura 2860 msnm</p>
Descripción	<p>El cantón Pedro Moncayo tiene el reconocimiento de ser nombrado como “Capital Mundial de la Rosa”, por tal razón se ejecuta La Feria Mundial de la Rosa misma que es desarrollada en cualquier época del año, dependiendo la planificación del Comité Permanente de Fiestas del cantón Pedro Moncayo.</p> <p>En el transcurso de la feria se realiza el Desfile de la Rosa con la participación de las delegaciones internacionales, los carros alegóricos son adornados solamente con rosas, lo que hace más atractivo y colorido el desfile.</p> <p>Una actividad importante que se realiza es el Circuito de la Rosa, el recorrido comprende a los barrios de Tabacundo para la construcción de estructuras florales gigantes, desde el barrio la Playita hasta el Barrio la Banda. Las estructuras gigantes de rosas son montadas en puntos estratégicos de las calles de la ciudad, el circuito consiste en recorrer todas las calles donde se encuentran los arreglos florales.</p> <p>Como parte de la feria en el año 2018 el GAD del cantón Pedro Moncayo lanzó la propuesta de la construcción de la estructura floral más grande del mundo, este reconocimiento fue otorgado por Guinness World Records. La propuesta consistía en la construcción de una réplica de la pirámide con rampa más grande que se encuentra en el Complejo Arqueológico Cochasquí, pero adornada solamente con rosas.</p> <p>La construcción de esta estructura demoró alrededor de dos semanas, para ello fue necesario el aporte de las empresas florícolas tanto con las rosas como con el personal. La ciudadanía aportó con la mano de obra de forma voluntaria sin importar las</p>

	<p>horas de arduo trabajo</p> <p>El 21 de julio del 2018, se realizó el evento en el cual los delegados de Guinness World Records, realizaron el coteo de las rosas para ver si se hacen merecedores del reconocimiento y finalmente con un total de 546.364 rosas, se cumplió con el objetivo de conseguir esta premiación. La ejecución de este proyecto permitió que el catón se dé a conocer a nivel nacional y a nivel mundial, marcando así un hito que funciona como una estrategia para atraer al turismo.</p>
Recomendaciones	Se recomienda visitar la página oficial de Facebook GAD de Pedro Moncayo, para que revisen el programa festivo para que de esta manera pueda coincidir su visita con las actividades planificadas.
Como llegar	Desde Quito siguiendo la vía Guaylabamba- Tabacundo y desde Ibarra siguiendo la panamericana norte hasta Tabacundo.
Responsable	GAD Municipal del cantón Pedro Moncayo.
Contacto	<p>(593 2) 394 6760</p> <p>gadpp@pichincha.gob.ec</p>

Fuente: Elaboración propia

4.3. Determinación de las condiciones de los servicios turísticos en los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte.

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó la recopilación de información de los prestadores de servicios turísticos, como el servicio de alojamiento, servicio de alimentación y servicio de transporte. La información se obtuvo mediante el registro de los diferentes establecimientos en una ficha que contempló parámetros importantes como calidad de servicios, infraestructura y el costo por los servicios. Se utilizaron fichas de campo para realizar una investigación experimental, la cual permite obtener información directa y

concisa por parte de la ciudadanía dedicada a prestar los servicios turísticos. Posteriormente a la obtención de esta información se presentan los siguientes resultados

Se argumenta que la principal fuente de empleo en el cantón Pedro Moncayo es la floricultura, esta actividad es controlada estrictamente por las autoridades gubernamentales para su correcto funcionamiento, debido a que el proceso de producción en las empresas florícolas es necesario la utilización de productos químicos que de ser mal utilizados o desechados pueden ocasionar daños en el medio ambiente y a su vez afectar a los recursos naturales lo cual puede perjudicar el desarrollo de la actividad turística.

Las fuentes de empleo, el sector turístico ocupa un sector minorista a nivel de la población económicamente activa, los prestadores de servicios turísticos como alojamiento, alimentación y transporte son empresas privadas en su totalidad lo cual ayuda a la creación de fuentes de empleo fomentando así otra alternativa de actividad económica por medio del turismo.

-ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

En el cantón Pedro Moncayo existen nueve establecimientos hoteleros entre hosterías, hoteles y moteles sumando una totalidad de capacidad de 557 pax. La oferta de hospedajes es diversificada, en cuanto a diseños, infraestructura y distancias de los diferentes atractivos turísticos, de acuerdo a los diferentes tipos de turistas. En el cantón se puede encontrar hoteles y hosterías de diferentes temáticas con servicios adicionales que tienen la finalidad de brindar al turista una experiencia completa durante su estancia. A continuación, se muestra un registro de los establecimientos hoteleros en el cantón.

Tabla 17*Registro de establecimientos de alojamiento.*

HOTELES, HOSTERIAS, MOTELES						
Nombre del establecimiento	Servicios			Capacidad	Clasificación	Categoría
	Hospedaje	Alimentación	Recreación			
1 Hotel Emperatriz	x	x		55 pax	Subgrupo 1.1. Hoteles	★ ★ ★
2 Hotel Las Palmeras	x			46 pax	Subgrupo 1.1. Hoteles	★
3 Hostería Rancho Manabita	x	x	x	110 pax	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	★ ★
4 Hostería Hacienda San Luis	x	x	x	145 pax	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	★ ★ ★
5 Hostería Intiraymi	x	x		90 pax	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	★ ★
6 Motel Las Cabañas	x			26 pax	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	★
7 Motel Cupido	x			26 pax	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	★
8 Motel La Primavera	x			30 pax	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	★
9 Cabañas Lagunas de Mojanda	x			34 pax	Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.	★

Fuente: Elaboración propia

Los establecimientos de hospedaje han sido evaluados por la calidad de servicios, infraestructura y precio. De los nueve establecimientos solo siete cumplen con las condiciones adecuadas para brindar una atención oportuna a

los turistas ya que cumplen con los parámetros necesarios de calidad, se ha realizado un análisis de los parámetros generales de los establecimientos y se ha determinado que su infraestructura es adecuada no presentan daños en sus fachadas y alrededores, las construcciones de los establecimientos no son hechos con materiales amigables con el medio ambiente a excepción de la Hostería San Luis ya que su construcción si se ha realizado con material renovable, propio del sector y no altera visualmente con el entorno.

Las habitaciones presentan una ornamentación adecuada, los espacios están adecuadamente distribuidos, las habitaciones están ubicadas separadas una de la otra para evitar las molestias por el ruido por parte de los huéspedes, los hoteles están ubicados en sectores estratégicos para evitar el ruido de los alrededores.

Los establecimientos que brindan servicio de alimentación se ha evaluado el área de cocina y comedor. El área de la cocina cuenta con los espacios necesarios para desarrollar cada actividad, el aseo de esta área es permanente para evitar la contaminación y la proliferación de enfermedades que puedan afectar a los empleados y clientes, el personal de esta área posee capacitaciones necesarias para desempeñar sus funciones.

El área del comedor de igual manera está distribuida adecuadamente, tiene libre acceso para el paso de clientes y empleados, los servicios higiénicos están ubicados en una distancia prudencial de las mesas, la limpieza del comedor es constante para evitar malestar en los comensales.

La seguridad es un parámetro importante dentro de los establecimientos de alojamiento por lo que se ha evidenciado la presencia de guardias de seguridad, además poseen la señalética adecuada donde se encuentra información necesaria como números de emergencia, policía y bomberos, salidas de emergencia, puntos de encuentros, también cuentan con extintores, ya que para obtener los permisos de funcionamiento es prioritario cumplir con estos requerimientos.

En cuanto a costos se refiere la mayoría de establecimientos son asequibles y se ajusta al presupuesto de los turistas nacionales y extranjeros, los precios oscilan desde los 7,00\$ a 15.00\$ en los moteles, desde 20.00\$ a 25.00\$ en los hoteles, y de 40.00\$ a 70.00 \$ en las hosterías. Es decir, existe una variedad de alternativas con variedad de precios donde el turista tiene total libertad de escoger lo que necesite y se ajuste a sus necesidades.

Se infiere que durante las fiestas de San Pedro y Fiestas de Cantonización y Cosecha los establecimientos hoteleros cubren sus vacantes, generando así un mayor incremento económico durante los meses de Junio, Julio, Agosto y Septiembre a diferencia de otros meses.

Se presume que la planta hotelera no es suficiente para albergar a la totalidad de demanda turística durante las fiestas ya que por una parte los hoteles son escasos y además están ubicados en las parroquias de Tabacundo y Tupigachi, en vista de esta problemática se supondría que los turistas se dirigen hacia el cantón Cayambe para buscar este servicio. Esta situación afectaría al cantón Pedro Moncayo ya que habría fuga de capital por falta de oferta de servicios de alojamiento, además las fuentes de empleo serían escasas en este sector ya que por ser escasos los dueños de las empresas solo necesitarían contratar personal adicional durante los meses de Junio, Julio, agosto y septiembre.

-SERVICIOS DE ALIMENTACION

El sector del servicio de alimentación se puede encontrar restaurantes, bares, fast food, marisquerías, pizzerías, heladerías, asaderos, etc. En el cantón existen 14 restaurantes, 2 bares, 3 fast food, 4 marisquerías, 1 pizzería, 2 heladerías, 11 asaderos. La oferta de servicios de alimentación es variada presuntamente con la finalidad de adaptarse a los diferentes gustos de los turistas, entre todos los establecimientos se infiere que tienen una capacidad para atender a 1.130 aproximadamente durante los 365 días del año.

En la siguiente tabla se describe las empresas que brindan este servicio.

Tabla 18
Registro de establecimientos de alimentación.

REGISTRO DE EMPRESAS DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN			
PARROQUIA TABACUNDO			
Empresa	Capacidad	Empresa	Capacidad
Debrans	40 pax	Texas Broster	25 pax
Antojitos Típicos	25 pax	Asadero El Compadre	30 pax
Comedor Chasqui	36 pax	Asadero El Leñador	45 pax
Restaurante el Cucho	30 pax	Asadero El Granjero	35 pax
Parador Picalquí	50 pax	Asadero Luis Freire	30 pax
Parador Cochascuquí	50 pax	Asadero El Lojano	25 pax
El Rincón del Sabor	25 pax	Carnitas de Maos	30 pax
El Imperial	25 pax	Delicias al Carbón	25 pax
El Monito	36 pax	Mollejas La Playita	28 pax
Sabores de mi tierra	25 pax	Marisquería Doña Mary	35 pax
Antojitos de Andy	25 pax	Marisquería El Manaba	30 pax
Benny Winns	25 pax	Marisquería Sucre	45 pax
Cangre Burger	25 pax	Marisquería La Canchita	30 pax
Heladería Sabores Tradicionales	25 pax	Pizzería Cositas Ricas	25 pax
Bar Sommer Love	35 pax	Sweet Churros	15 pax
PARROQUIA LA ESPERANZA			
Empresa	Capacidad	Empresa	Capacidad

			d
El Rincón del Cuy	35 pax	Restaurante Doña Tere	25 pax
PARROQUIA TOCACHI			
Empresa	Capacidad	Empresa	Capacida d
Asadero El Fogón	30 pax		
PARROQUIA MALCHINGUÍ			
Empresa	Capacidad	Empresa	Capacida d
Asadero Malchinguí	25 pax	Restaurante Santiaguito	25 pax
Asadero La Cruz	25 pax	Bar La Caverna	35 pax
PARROQUIA TUPIGACHI			
Ninguno			

Fuente:
Elaboración propia

Se

analizaron los aspectos generales de los establecimientos y se determinó que se encuentran en buen estado de conservación y mantenimiento debido a que en su mayoría son establecimientos nuevos por lo que no se ha visto deteriorado, igualmente la pintura y barniz se encuentran en buen estado, hay una buena distribución de las áreas. Dentro de los establecimientos hay insuficientes basureros para la capacidad de cada local. Las ornamentaciones de los locales son adecuadas en el caso del parqueadero se podría mencionar que los que cuentan con parqueadero tienen espacio suficiente, lastimosamente no todos los locales tienen parqueadero lo cual es un punto negativo a considerar el cual debería ser mejorado.

El área de la cocina cuenta con suficiente ventilación, con campanas extractoras de humo, olor y calor, también cuenta con suficientes implementos de cocina como utensilios, equipos e instalaciones en buenas condiciones para brindar el servicio, incluso tienen un programa adecuado de limpieza, desinfección y control de plagas, los establecimientos tienen una buena distribución del área de lavado. Sin embargo, con respecto a la higiene y limpieza de las instalaciones se debería mejorar, por lo que se recomienda

plantearse un buen programa y la colaboración de todos para poder mantener las instalaciones limpias y en buen estado.

En el área del comedor cuenta con suficiente espacio de acuerdo a la capacidad que tiene el restaurante, sin embargo, cuenta con todos los implementos para poder brindar un buen servicio ya que se dispone de suficientes utensilios, cubertería y mantelería adecuada, incluso los azucareros, saleros se rellenan diariamente, en conclusión, se mantiene la limpieza en todos los aspectos en el piso paredes, mesas, sillas, incluso la ornamentación del lugar es el adecuado.

En cuanto a los servicios sanitarios el restaurante cuenta con dos baños uno para hombres otro para mujeres, cuenta con todos los implementos necesarios como lavamanos, jabonero, espejo, papelero, toallas también hay suficiente espacio, sin embargo, las paredes de los baños no están revestidas con azulejo por lo que no facilita la limpieza. Se debería implementar que se coloque material como azulejos para poder facilitar la limpieza ya que con el tiempo las paredes se pueden deteriorar incluso así se podría evitar la humedad. Se puede mencionar también que los baños no están solo al servicio del público, sino que también los empleados utilizan los mismos.

Con respecto a la seguridad este parámetro indica que algún establecimiento no cuenta con lo necesario en el botiquín de emergencia e incluso no cuenta con personal capacitado en primeros auxilios en caso de algún accidente o emergencia, por lo que se debe tratar de que todos o un empleado esté capacitado en este tema. Se puede mencionar que sí cuenta con extintores de emergencia, salida de emergencia, pero no está señalizada, sin embargo se debería implementar un programa de emergencia para estar al tanto de la forma de actuar o proceder en el caso de una emergencia.

Se presume que la oferta de servicio de alimentación en el cantón es suficiente para abastecer la demanda turística, a diferencia de las empresas hoteleras, estas tienen afluencia constante durante todos los meses del año ya sea por los turistas o por los propios habitantes del cantón, es decir se supondría que quienes se dedican a estos negocios no se ven afectados por

la temporalidad de fiestas y su facturación no presenta variantes, lo cual ayudaría a que las fuentes de empleo sea permanentes e incluso pudieran incrementarse.

Los dueños de las diferentes empresas de servicios turísticos no presentaron ningún inconveniente durante el proceso de registro, ya que consideran que es importante establecer estándares de calidad para lograr la satisfacción del cliente, incluso manifestaron que este registro es importante que se realice constantemente ya que los servicios pueden cambiar con el tiempo y esto a su vez hace que sus negocios mejoren permanentemente.

-SERVICIO DE TRASNPORTE

En el cantón Pedro Moncayo dentro de la planificación territorial se presume que se ha considerado el mejoramiento de las vías de acceso en las diferentes parroquias y comunidades, en el caso de las parroquias las vías de acceso son adoquinadas, a diferencia de las comunidades que en mayoría están siendo arregladas y por el momento permanecen lastradas pero en buenas condiciones para la circulación, adicionalmente la señaléticas de transito se encontrarían adecuadamente distribuidas en diferentes lugares estratégicos y visibles tanto para peatones como conductores. Por este motivo se podría considerar que la accesibilidad dentro del cantón presenta facilidades para los conductores se dirijan a los diferentes atractivos turísticos u otros. En cuanto al servicio de trasporte público el cantón cuenta con compañías de buses, camionetas y taxis legalmente establecidos, a continuación, se presenta el registro de las compañías de transportes.

Tabla 19
Registro de Compañías de transporte

COOPERATIVAS DE TRASPORTE						
Parroquias	Buses	N° de unidades	Camionetas	N° de unidades	Taxis	N° de unidades
Tabacundo	Mojanda.	20	Nuestra señora de Natividad.	12	Génesis S.A.	22
	Trasnues	22	23 de Julio.	10	Unitaxis S.A.	6

u e n t e : E l a b o r a			Coop. La Y.	10	Tras Brisas del Campo.	10	
			29 de Octubre	10	Coop Pasaje S.	6	
					Mojanda Export	6	
					Coop San Blas	6	
					Coop 1ro de Enero	6	
					Coop La Y	10	
					Coop. Homero Valencia	8	
					Coop. Passagessejg S.A	17	
	La Esperanza	Mojanda Transnues	20 22	Coop Nueva Esperanza	10		
	Malchingui	Trans. Malchingui	20	Trasn. Unidos	6	Coop. Malchingui S.A	12
Tocachi			Coop. Niña María	8			
Tupigachi			Coop. Trascampo	8			

ción propia

El servicio de transporte en el cantón es utilizado por los habitantes para movilizarse de un lugar a otro dentro de las diferentes parroquias, se infiere que ocasionalmente es utilizado con finalidad de turismo interno. En el caso de la parroquia de Tabacundo donde se encuentra mayor presencia de compañías, de acuerdo a la opinión de los prestadores de este servicio específicamente de camionetas manifestarían que durante los días laborables sus carreras frecuentes son de movilización a diferentes barrios, comunidades y parroquias y que en raras ocasiones son utilizados para movilizarse a los diferentes atractivos turísticos del cantón. Caso contrario a los fines de semana a parte de sus clientes habituales, se supondría tienen mayor presencia de turistas a que alquilan las camionetas para dirigirse a los diferentes atractivos, según los prestadores de este servicio el atractivo turístico que más frecuenta son las Lagunas de Mojanda.

Los señores choferes de las camionetas mencionan que sus ganancias durante los fines de semana aumentan ya que las salidas hacia las Lagunas de Mojanda representan una cantidad más representativa a las carreras normales, es decir una carrera mínima cuesta alrededor de 1,50 \$, a comparación de una carrera hacia las lagunas que cuesta desde 40,00 \$. Se podría mencionar que en cuanto a los prestadores de servicios de las camionetas si encontrarían un beneficio económico por el desarrollo de la actividad turística.

Las cooperativas de buses con las que cuenta el cantón serían utilizados con mayor frecuencia por parte de los habitantes del cantón para trasladarse hacia las diferentes parroquias, según la opinión de los prestadores de este servicio mencionan que sus ingresos no varían o depende de la visita de turistas porque su facturación es constante durante todos los meses del año, eso se mencionaría en cuanto a las cooperativas Mojanda y Transnues. En cambio la cooperativa Trans. Malchingui cubre una ruta desde la ciudad de Quito hasta Malchingui en el terminal, que se presume es una estrategia para que los turistas puedan visitar los atractivos de la parroquia de Malchingui con mayor facilidad, según la opinión de los representantes de la compañía mencionan que ocasionalmente evidencian la presencia de turistas, de igual manera ellos consideran que sus ingresos económicos no varían debido a la presencia de turistas.

Las compañías de taxis de igual manera se encargan de brindar sus servicios a los habitantes para movilización interna dentro de las diferentes parroquias, según los prestadores de este servicio mencionan que durante la época de fiestas sus servicios son más cotizados, ya que por los diferentes tipos de programas festivos que se realizan en las parroquias, los clientes o turistas demanda de este servicio e incluso hasta llegar la saturación porque no pueden abastecerse en su totalidad. Por este motivo se presumiría que en este caso la temporalidad de fiestas es un factor que influiría para el incremento de sus ingresos económicos.

4.4. Conocimiento del perfil y preferencias de la demanda turística del cantón.

La información que se muestra a continuación es el resultado obtenido posteriormente a la aplicación de la encuesta que se realizó a los turistas que visitan las Lagunas de Mojanda debido a que es el atractivo turístico que presenta mayor afluencia turística, además la encuesta fue aplicada a los turistas que visitaron Tabacundo durante la Noche San Pedrina, ya que se infiere es uno de los eventos más concurridos por coincidir con las fiestas del Intiraymi.

4.4.1. Edades promedio de los visitantes

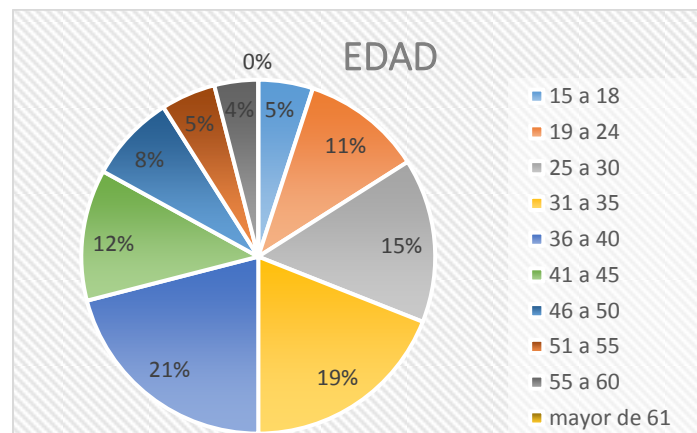


Figura 18. Edades de los encuestados
Fuente: Elaboración propia

Análisis

Según muestra la gráfica la edad promedio de los turistas que visitan el cantón Pedro Moncayo se encuentran en un rango desde los 31 años hasta los 40 años, se supondría que poseen disponibilidad de recursos económicos, disponibilidad de tiempo y por el interés de conocer nuevos destinos. Mientras que los turistas de la tercera edad, jóvenes y adolescentes no visitan con mucha frecuencia el cantón, esto podría darse por diferentes factores, uno de ellos sería, escasos ingresos económicos en el caso de jóvenes y adolescentes, por otra parte los turistas de la tercera edad no poseen en algunas ocasiones las condiciones de salud para realizar viajes o recorridos extensos y el caso del sector el clima es un factor que en ocasiones influye para que el turista se desmotive.

4.4.2. Nivel de educación

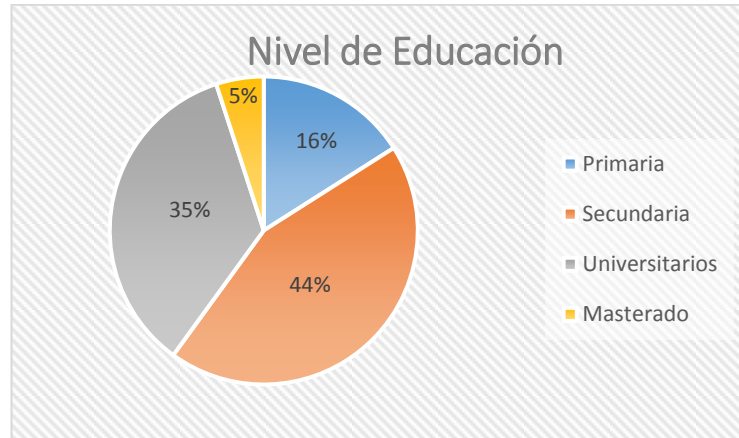


Figura 19. Nivel de educación de los encuestados.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

El 44% de los turistas tiene estudios secundarios, se infiere que el nivel de educación es un factor a considerar ya que las personas encuestadas tienen conocimientos generales, que les permite la comprensión sobre la temática de la encuesta, mientras que el 35% posee estudios universitarios, por lo cual se supondría ayuda a dar una opinión más técnica durante sus respuestas e incluso en algunos casos los turistas manifestaron ciertas sugerencias en las diferentes temáticas que se abordaron en la encuesta,

-Ocupación.

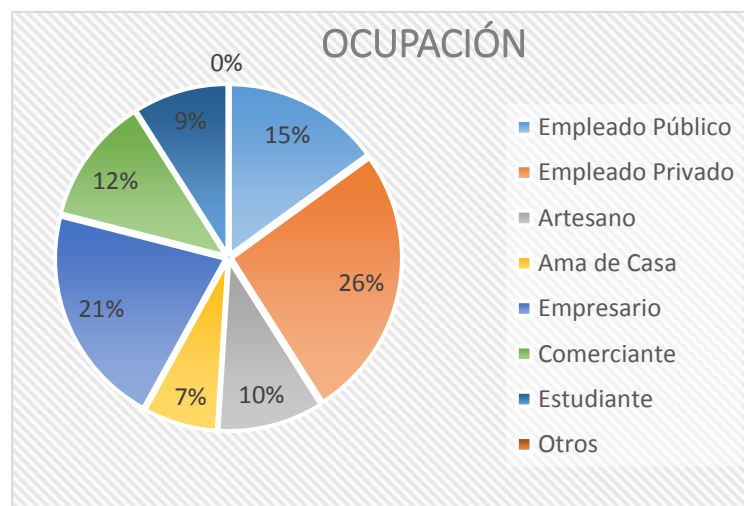


Figura 20. Ocupación de los encuestados.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

De las personas encuestadas el 26% son empleados privados, los cuales como mínimo ganan el salario básico, por ende se infiere que poseen los recursos económicos para poder realizar actividades recreativas como turismo. El 21% de los encuestados manifestaron ser empresarios o microempresarios, lo que indicaría que son dueños de su tiempo y su dinero, por ende puede realizar diferentes tipos de actividades a su conveniencia. Por otra parte el 15% pertenece a los trabajadores del sector público que tienen mayores ingresos económicos salariales, pero poca disponibilidad de tiempo, de tal manera que realizar actividades turísticas es más limitada. El 12% representa a los comerciantes que en este caso se presume que viajan constantemente para ofertar sus productos, de tal manera aprovechan la actividad turística para mejorar su economía.

4.4.3. Nacionalidad

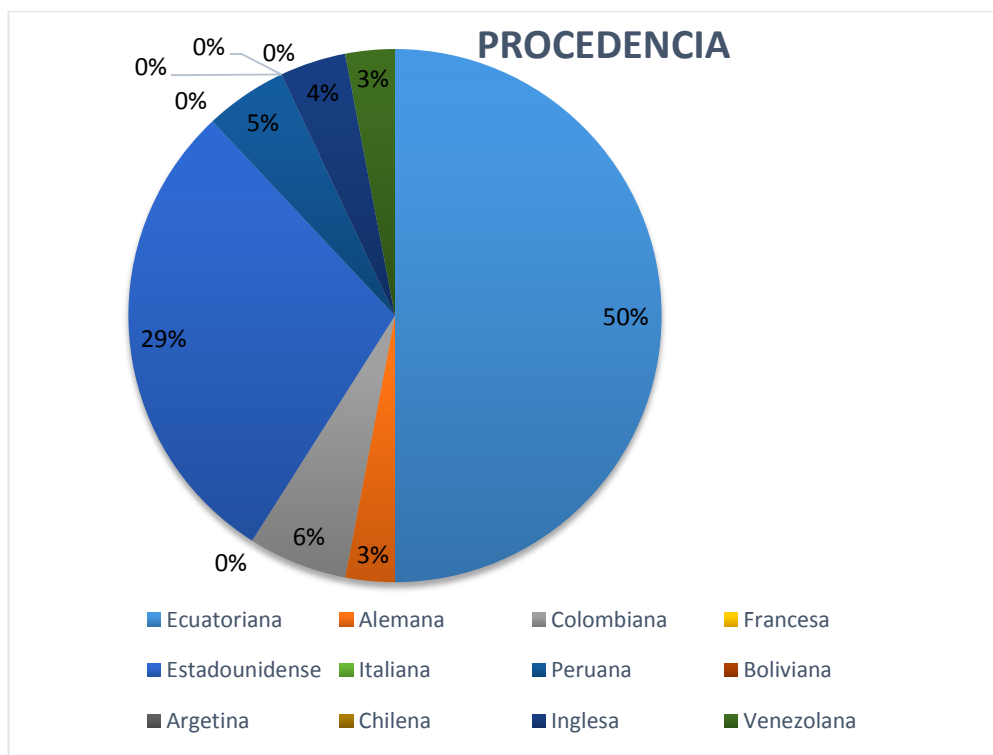


Figura 21. Nacionalidad de los visitantes.

Fuente: Elaboración propia.

Análisis

Como muestra el gráfico el 50% de los turistas que visitan el cantón son de nacionalidad Ecuatoriana, es su mayoría son procedentes de la ciudad de Quito y sus alrededores, se infiere que tienden a visitar el sector por la cercanía a la ciudad de origen, además la publicidad que se realizó por medios televisivos, les motivo a visitar las diferentes parroquias.

Se pudo evidenciar que los turistas se mostraron interesados en conocer sobre la cultura y las tradiciones del sector, ya que las encuestas se realizaron durante la fiesta principal que es la noche San Pedrina, por ende se pudo evidenciar el interés de los turistas por disfrutar y participar de esta importante manifestación cultural.

El 20% de los turistas son de nacionalidad Estadounidense, algunos supieron manifestar que estaban de paso a otro destino turístico, pero que vieron publicidad sobre las fiestas y decidieron visitar Tabacundo ya que allí se desarrollaba la fiesta principal, otros turistas manifestaron que mientras estaban en la ciudad de Quito haciendo recorridos en el centro histórico, pudieron observar a bailarines y músicos, mismos que hacían una invitación para que visiten el cantón durante las fiestas de San Pedro, lo que influyo para que decidan visitar el cantón.

4.4.4. Medios de información y promoción.

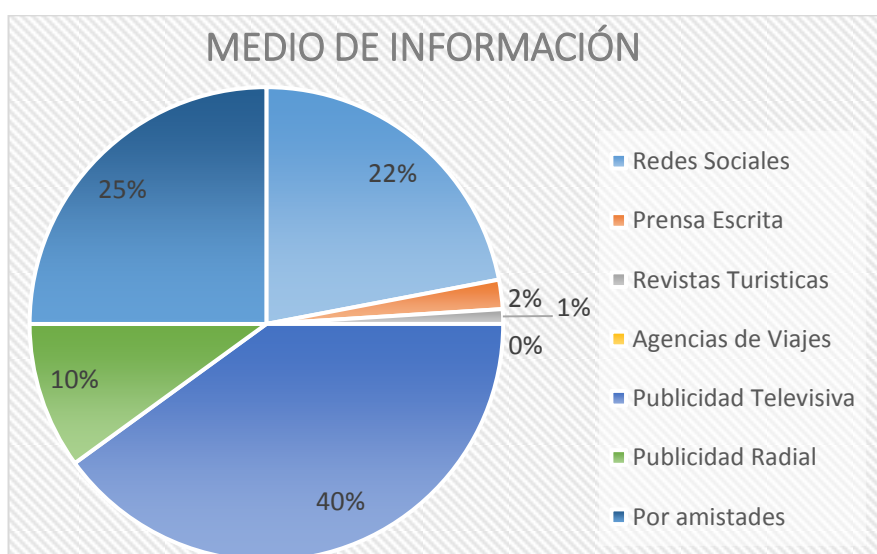


Figura 22. Medio de Información y promoción.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

Como muestra la gráfica el medio de comunicación por el cual los turistas se informaron sobre el cantón, fue por publicidad televisiva, ya que el alcalde del GAD de Pedro Moncayo Frank Gualsaquí se encargó de difundir por diferentes medios de comunicación los diferentes atractivos turísticos del cantón y las fiestas de San Pedro.

Hace dos años fueron declaradas como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, dicho sea de paso es un hito importante para el cantón, fue de suma importancia la promoción turística que se realizó, ya que se evidencio mayor afluencia de turistas durante las fiestas a diferencia de otros días ordinarios. El 25% manifestó que su medio de información fueron amistades que viven en las diferentes parroquias del cantón, ya que por motivo de las fiestas se les invitó hacer partícipes de este evento. Las redes sociales tuvieron un gran impacto sobre promoción turística ya que por este medio se puede compartir información a la cual todos pueden tener acceso, por ende este medio de comunicación ayudo a dar a conocer el potencial turístico con el que cuenta el cantón

4.4.5. Factor influyente de visita.

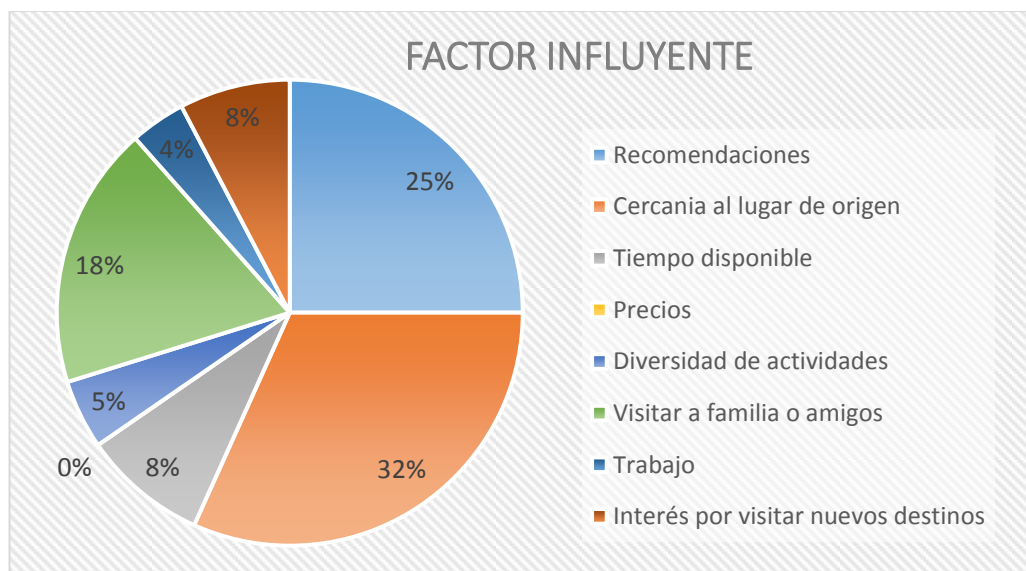


Figura 23. Factor de influencia.

Fuente: Elaboración propia.

Análisis

El 33% de turistas encuestados supieron manifestar que uno de los factores que les influyo para visitar el cantón, fue la cercanía del lugar ya que como se mencionó anteriormente la mayoría de turistas procedían de la ciudad de Quito o sus alrededores. El 25% de los encuestados, dijeron que el factor que les motivo a visitar el sector fueron recomendaciones, de amigos, familiares y publicidad turística, debido a que quienes les hicieron las recomendaciones ya habían visitado algunos atractivos del cantón como por ejemplo las Lagunas de Mojanda, que en la actualidad son reconocidas a nivel nacional. Por otra parte el 18% de los turistas encuestados que se encontraban en el cantón, vinieron a visitar a sus familiares y amigos, e incluso algunos turistas manifestaron que residen en otros países pero que venían de vacaciones a visitar a la familia coincidiendo con la temporalidad de las fiestas.

4.4.6. Medio de movilización.

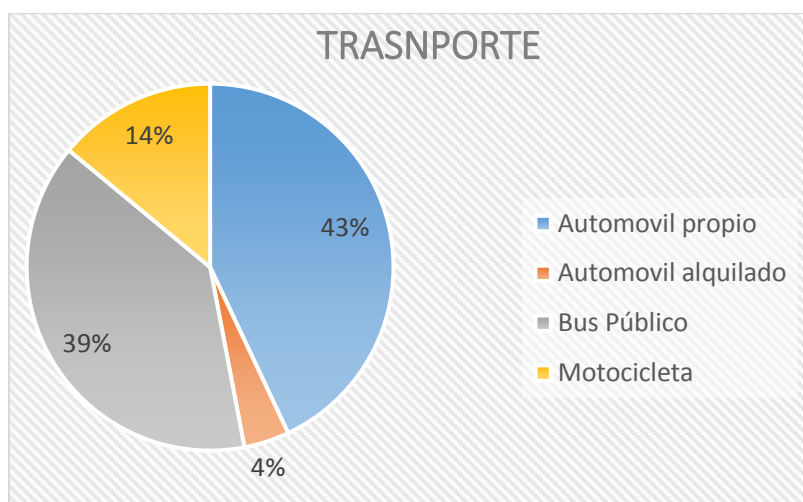


Figura 24. Medio de transporte utilizado.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

El 43% de las personas encuestadas manifestaron que su viaje fue realizado en automóvil propio, ya que de esta manera sería fácil su movilización dentro del cantón y el retorno a su ciudad de origen, el 39% de los turistas utilizaron

autobús público ya que no poseen vehículos propios, pero esto no ha sido un impedimento para movilizarse y conocer los atractivos turísticos de las diferentes parroquias.

4.4.7. Nivel de gasto.

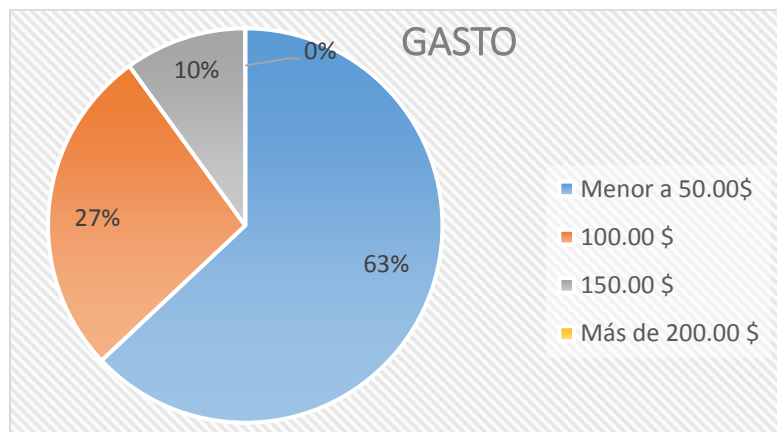


Figura 25. Nivel de gasto promedio.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

En la gráfica se muestra que el 63% de los turistas encuestados manifestaron que su gasto promedio fue menor a 50,00\$, se presume que se debería a que no pernoctaron en el cantón, por ende, sus gastos fueron destinados al servicio de alimentación y de transporte durante su visita, es necesario considerar que la mayoría de turistas se encontraban en compañía de sus familias, por lo cual la cantidad manifestada fue suficiente para cubrir sus necesidades.

El 27% de turistas hicieron un gasto de 100,00\$ debido a que en algunas ocasiones dentro de esta cantidad se incluye el servicio de alojamiento que por obvias razones aumentaría el total de la inversión durante su estancia. El 10% de encuestados realizó un gasto de 150,00\$, se infiere que este porcentaje en algunos representa a turistas extranjeros que pernoctaron durante varios días en el cantón.

4.4.8. Tiempo de estadía.

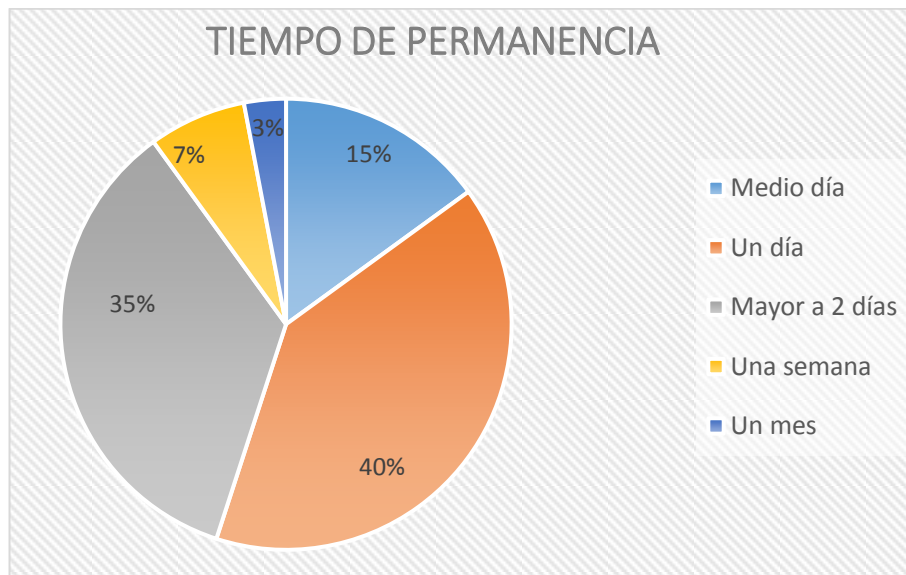


Figura 26. Estadía.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

El 40% de encuestados informaron que su visita fue durante un día, en el cual pudieron conocer algunos lugares turísticos del cantón, además manifestaron que por la cercanía de a su lugar de origen, preferían regresar a sus hogares para descansar. El 35% de turistas pernoctaron por un tiempo mayor a dos días, ya que su destino principal era las Lagunas de Mojanda por ende acampaban en el lugar y retornaban a las diferentes parroquias para disfrutar de las fiestas tradicionales que coincidían con su visita, por otra parte había turistas que tenían la facilidad de hospedarse en las casas de amigos o familiares. Como se muestra en la gráfica el 15% de los turistas permanecían por pocas horas en lugar, ya que su visita era de paso porque su principal destino estaba en otras ciudades.

4.4.9. Servicios Turísticos.

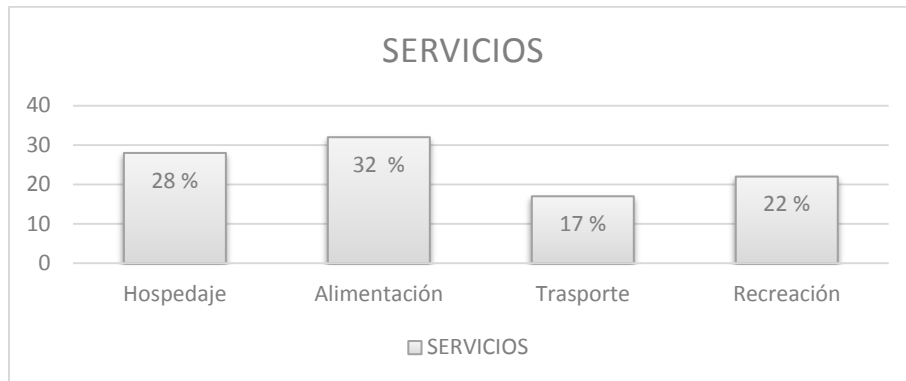


Figura 27. Servicios turísticos.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

En el gráfico se muestra que el 32% de los turistas, utilizaron el servicio de alimentación independientemente del tiempo de su estancia en el cantón, la alimentación es una parte fundamental, dentro de cualquier destino turístico, se podría decir que la oferta del servicio de alimentación es variada, y acorde a los diferentes gustos de los turistas. El 28% de encuestados manifestó que utilizó el servicio de hospedaje, debido a las diferentes actividades que iban a realizar durante su estancia, de igual manera los establecimientos hoteleros se acomodan a las diferentes necesidades del turista. Las actividades recreativas ocupan un 22% en la gráfica, la mayoría de estas actividades fueron realizadas en los atractivos más conocidos del cantón como en las Lagunas de Mojanda, Pirámides de Cochasquí, y la ciudad de Tabacundo durante su época de fiestas de San Pedro. El 17% de encuestados utilizaron el servicio de transporte interno como taxis, camionetas y buses, las camionetas fueron mayor mente utilizadas para dirigirse a las Lagunas de Mojanda por la distancia y accesibilidad del atractivo, mientras que el resto de atractivos, así como las parroquias son cercanos, motivo por el cual puede utilizar las diferentes líneas de buses urbano

4.4.10. Servicio de Hospedaje.

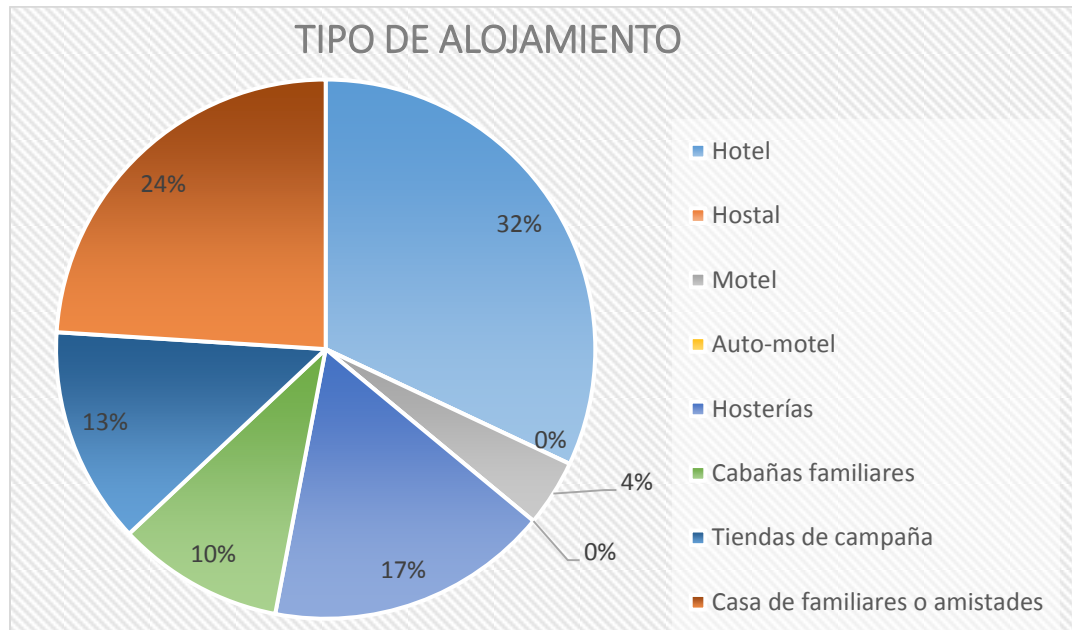


Figura 28. Servicio de hospedaje utilizado.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

En la gráfica se observa que 32% de turistas encuestados se hospedaron en hoteles que en su mayoría se encuentran ubicados en la parroquia de Tabacundo, mismo que tiene a disposición servicios turísticos necesarios para complementar su estancia. El 24% de turistas se hospedaron en los domicilios de amistades y familiares ya que recibieron una invitación por parte de los mismos, para que disfruten de las fiestas tradicionales y de los atractivos turísticos, ubicados en las distintas parroquias. Mientras que el 17% de turistas manifestaron que se hospedaban en hosterías, se pudo evidenciar que en su mayoría eran turistas extranjeros, que se presume tienen el dinero necesario para solventar este gasto. El 13% de los turistas utilizaron tiendas de campaña, específicamente en el sector de Las Lagunas de Mojanda ya que el principal interés de los turistas fue visitar este atractivo. Conjuntamente con este dato el 10% de turistas utilizó las cabañas que se ubican en el mismo sector.

4.4.11. Servicio de Alimentación.

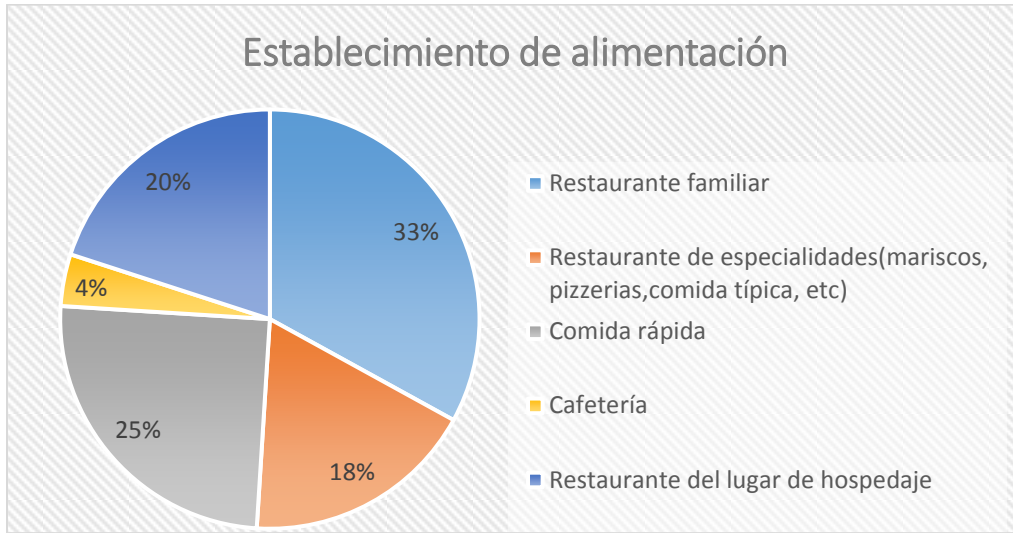


Figura 29. Servicio de alimentación utilizado.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

En el gráfico se observa que el 33% de turistas se alimentaron en los restaurantes familiares, que se encuentran en la parroquia de Tabacundo en la cual tiene una oferta gastronómica variada y el turista puede escoger lo que se ajuste a su gusto. El 25% de turistas prefirió alimentarse en establecimientos de comida rápida, se infiere que por cuestiones de tiempo e incluso por el bajo costo económico que tienen, por ende se evidencia mayor aglomeración de gente en estos establecimientos. Algunos de los establecimientos hoteleros incluyen el servicio de alimentación, lo cual facilita al turista su estancia y ya no tiene que preocuparse de buscar donde alimentarse.

4.4.12. Servicio de Transporte.

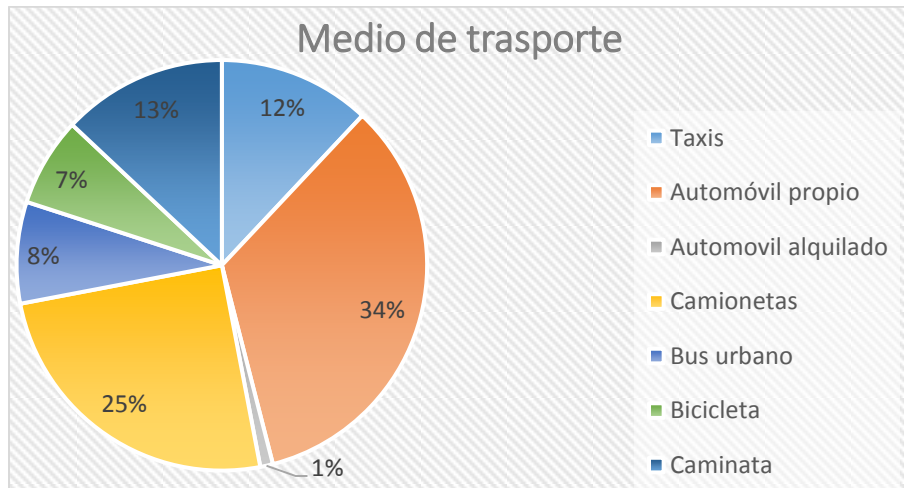


Figura 30. Servicio de transporte.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

La encuesta da como resultado que en su mayoría los turistas se movilizaron en automóvil propio, en los distintos atractivos, ya que la procedencia de los mismos era de sitios cercanos al cantón como por ejemplo de Quito, Ibarra y Otavalo por lo cual no representa inconveniente alguno para viajar, realizar las actividades recreacionales y retornar a su ciudad de origen. El 25 % de los turistas utilizaron transporte interno como las camionetas ya que no cuentan con vehículo propio y adicionalmente no todos los vehículos están en condiciones de ingresar a los atractivos turísticos ya que en algunos las vías de acceso no presentan las condiciones para un fácil ingreso, tal es el caso de las Lagunas de Mojanda es necesario utilizar un vehículo el cual tenga la capacidad suficiente para adaptarse al camino debido a la presencia de rocas y troncos que son producto de los deslaves ocasionados por las lluvias en el sector del páramo, por este motivo a veces se necesita contratar el servicio de una compañía de transporte. Otros turistas prefirieron realizar caminatas ya que algunos atractivos turísticos son cercanos como por ejemplo en Tabacundo el museo de Mama Nati y el Museo de la raíz tienen una distancia corta por lo tanto se puede conocer el resto de la parroquia durante el trayecto entre atractivo.

4.4.13. Atractivos turísticos.

5 Muy interesado	4 Interesado	3 Medio interesado	2 Poco interesado	1 Nada interesado
------------------	--------------	--------------------	-------------------	-------------------

ATRACTIVO TURÍSTICO	5	4	3	2	1
Lagunas de Mojanda	67%	24 %	9 %	0 %	0%
Bosque Protector Jerusalén	14 %	28%	40%	10 %	8 %
Museo de la Raíz	26%	39%	29 %	6 %	0 %
Finca agroecológica Puruantag	28%	42%	23%	7%	3 %
Iglesia Matriz de las diferentes Parroquias	17 %	30 %	28 %	21 %	4 %
Granja Agroecológica La Esperanza	40 %	35 %	15 %	10 %	1 %
Complejo Arqueológico Cochasquí	33 %	40 %	17 %	8%	2 %
Museo Virgen de Natividad	26%	39 %	17 %	18 %	1 %
Molino El Cucho	40%	38 %	18 %	4 %	0 %

Figura 31. Porcentaje de interés en los atractivos turísticos.
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

Como muestra el cuadro Lagunas de Mojanda es el destino turístico que generó mayor interés de visita o de ser visitado en un futuro, debido a que no todos los turistas conocían este atractivo, dentro de contexto de la pregunta Algunos turistas supieron manifestar que habían escuchado buenas recomendaciones sobre este lugar por eso se animaron a visitar las lagunas.

El agroturismo también genera expectativa en los turistas, ya que un porcentaje aproximado de 35 al 40% considera dentro de sus actividades visitar las granjas ecológicas ubicadas en la comunidad de Puruantag y en la parroquia de la Esperanza, algunos turistas desconocían sobre este tema, por tanto se brindó información sobre el tema y posteriormente seleccionaron su

respuesta, el hecho de que se presente un cuestionamiento de los turistas, se puede inferir el interés que muestran para desarrollar esta tipología de turismo, que en la actualidad en el cantón aún no ha sido aprovechada.

En cuanto atractivos culturales se puede mencionar que los turistas se sienten atraídos por conocer sobre la arquitectura cultural y la arqueología del cantón, algunos turistas comentaron que si conocían el Complejo Arqueológico Cochasquí y que les había gustado el lugar tanto que volverían a visitarlo, adicionalmente se les comento que por ser un sitio sagrado, durante los equinoccios y solsticios del año se realizan rituales y festivales. Este comentario ayudo a que los turistas puedan decidir al momento de responder la encuesta.

4.4.14. Manifestaciones culturales.

5 Muy interesado	4 Interesado	3 Medio interesado	2 Poco interesado	1 Nada interesado
------------------	--------------	--------------------	-------------------	-------------------

FIESTAS TRADICIONALES	5	4	3	2	1
Fiestas de San Pedro	51 %	47 %	2 %	0 %	0 %
Fiestas de la Virgen de Natividad	20 %	30 %	28 %	15 %	7 %
Fiestas de la Virgen Niña María	16 %	22 %	24 %	20 %	8 %
Feria de la Rosa	57 %	40 %	3 %	0 %	0 %
Fiestas de Parroquialización	20 %	36 %	28 %	10 %	6 %
Fiestas de Cantonización y Cosecha	28 %	36 %	22 %	9 %	5 %
Fiestas de Guioneros de Semana Santa	19 %	41 %	8%	8 %	6%

32. Porcentaje de interés de las manifestaciones culturales.

Fuente: Elaboración propia.

Análisis

Encuesta se realizó durante las fiestas de San Pedro en la tradicional Noche San Pedrina por eso se puede aseverar que existió mayor concurrencia turística a diferencia de otras fiestas. Dicho esto, los turistas comentaron que hubo mucha publicidad en los medios de comunicación haciendo referencia a esta

fiesta, es por eso que quisieron visitar Tabacundo y disfrutar de esta tradición de igual manera manifestaron que les había gustado el desfile.

Hubo otros turistas que dijeron que sus vacaciones habían coincidido con las fiestas y estaban en Tabacundo solo de paso porque su destino era otro, pero así mismo mostraron un interés en disfrutar de la fiesta algunos se integraban en las agrupaciones y participaban del desfile. Se pudo concluir que los establecimientos de alojamiento se saturaron durante esta festividad por ende algunos turistas tuvieron que retornar a su ciudad de origen.

Otra de las festividades que tiene acogida es la Feria de la Rosa, igual que el caso anterior es promocionado en los medios de comunicación, por lo cual los turistas tienen información y pueden visitar el cantón. Hubo turistas que comentaron que habían visitado Tabacundo durante la feria y participaron de las actividades que en se realizaban.

También manifestaron que este evento es algo que no se ve en otros lugares por eso pueden recomendar a otras personas que visiten el cantón cuando se realice esta celebración. En algunos casos fue necesario mencionar a los turistas sobre los antecedentes de esta festividad para que pudieran responder la encuesta.

Adicionalmente se puede añadir en este punto que durante la realización del evento para la obtención del Guinness World Record, por la construcción de la estructura floral más grande del mundo, hubo demasiada afluencia turística ya que el evento fue promocionado durante un mes por los medios de comunicación, el proceso de elaboración de esta obra era constantemente retransmitida por redes sociales para que la difusión llegue a mas lugares. Se presume que como estrategia por parte del GAD Municipal del cantón Pedro Moncayo solicito la ayuda masiva de figuras públicas del medio musical y televisivo para que realicen un video en el cual se haga la debida invitación al evento, utilizando las redes sociales, a su vez la ciudadanía se encargaba de compartir esta información para que la publicidad llegue a otras personas y

secuencialmente todos puedan informarse sobre este importante acontecimiento.

Finalmente, el día del evento se evidencio que, si se obtuvo los resultados esperados, el cantón Pedro Moncayo estaba en los ojos del mundo, los medios de comunicación los turistas nacionales e internacionales se hicieron presentes para ver a la estructura floral más grande del mundo. Es por eso que se concluye que las actividades que se ejecutan por la Feria de la Rosa generan interés por ser partícipe de este evento.

4.4.15. Actividades recreacionales.

5Muy interesado	4 Interesado	3Medio interesado	2 Poco interesado	1 Nada interesado
-----------------	--------------	-------------------	-------------------	-------------------

ACTIVIDADES	5	4	3	2	1
Visitar centro de artesanías	54 %	44 %	2 %	0 %	0 %
Deportes extremos	40 %	57 %	2 %	1 %	0 %
Ciclo paseos	25 %	42 %	16 %	10 %	7 %
Trecking	24 %	41 %	18 %	12 %	5 %
Recorridos de buses turísticos	12 %	28 %	34 %	19 %	7 %
Chivas turísticas	39 %	43 %	4 %	4 %	0 %
Participación de fiestas y espectáculos	60 %	38 %	2 %	0 %	0 %
Circuito Cultural	62 %	35 %	3 %	0 %	0 %
Circuito Gastronómico	54 %	44 %	1 %	1%	0%
Circuito de la Rosa	50 %	37 %	5 %	5 %	3 %
Avistamiento de aves	20 %	30 %	33 %	8 %	9 %

Figura 33. Porcentaje de interés en hacer actividades recreativas
Fuente: Elaboración propia.

Análisis

Por los porcentajes más altos se puede mencionar que los turistas encuestados desean realizar actividades culturales tales como circuitos, ferias artesanales, ferias gastronómicas, ferias de danza y música. Este campo debería ser aprovechado ya que se cuenta con los recursos necesarios para la ejecución de este tipo de proyectos.

Tomando como ejemplo al vecino cantón Cayambe, durante los feriados realizan constantes promociones de ferias de diferentes índoles para captar el interés de los turistas, estos eventos son promocionados por diferentes medios de comunicación todo el tiempo y no solo durante el tiempo de fiestas. Por esa razón que la presencia de turistas en Cayambe es constante.

4.5. Establecimiento de estrategias de mejoramiento turístico en el cantón Pedro Moncayo.

4.5.1. Estructuración del FODA

Tabla 20.
Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. El cantón posee recursos turísticos naturales y culturales.	1 Escasa difusión turística.
2. Planta turística (alojamiento, alimenticio y transporte)	2 Información turística insuficiente(específicamente en la web)
3. Obtención de reconocimientos nacionales y mundiales (Capital Mundial de la Rosa, Patrimonio Inmaterial Cultural del Ecuador, Records Guinness)	3 No hay una base de datos con registro de visitas turísticas.
4. Suficiente material publicitario (trípticos, afiches, postales) para regalar.	4 Inseguridad en ciertos sectores del cantón.
5. Alto índice de participación ciudadana.	5 Poca afluencia turística.
6. Cercanía de los atractivos	6 Inexistencia de puntos de

turísticos	información turística, en las diferentes parroquias del cantón.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Apoyo del Ministerio de Turismo	1. Falta de mantenimiento de algunos atractivos turísticos.
2. Ingreso de nuevas autoridades para la administración del cantón Pedro Moncayo	2. Individualismo en ciertos prestadores de servicios turísticos.
3. Ofertar nuevas modalidades de turismo	3. Destinos turísticos con mayor renombre cerca del cantón.
4. Servicio de Panavial en el sector de Tocachi.	4. Unidireccionalidad de las vías principales que cruzan por el cantón, durante los feriados.
5. Feriados festivos durante todo el año.	5. Desconocimiento de la opinión turística sobre la experiencia vivida en los atractivos visitados en el cantón.
6. Recursos Naturales vírgenes	6. Preferencia de los turistas por visitar destinos con mayor oferta de servicios

Fuente: Elaboración propia.

4.5.2. Elaboración D.A.F.O

Tabla 21.
Matriz DAFO.

FORTALEZA-OPORTUNIDAD	DEBILIDAD-OPORTUNIDAD
1 Potencializar el turismo del cantón Pedro Moncayo, mediante la creación de nuevos productos turísticos que posteriormente, serán difundidas, mediante la ayuda del Ministerio de Turismo.	1. Elaborar un plan de marketing turístico con la marca ciudad del cantón, para que sea difundido por MITUR.
2 Las nuevas autoridades deberían incluir dentro de su planificación un ordenamiento sobre la gestión de control de calidad para los	2. El GAD de Pedro Moncayo debe crear una página web oficial dedicada especialmente para la actividad turística.

prestadores de servicios turísticos	
3 Innovar en las modalidades de turismo, como por ejemplo turismo cultural donde formen parte las diferentes manifestaciones culturales del cantón y un turismo relacionado con las empresas florícolas, en la cual los turistas pueden visitar las plantaciones de las rosas y conocer sobre los distintos procesos dentro de estas empresas.	3. Crear una plataforma de registro de visitas mensuales, para conocer la afluencia de turistas, para identificar los atractivos con menor recurrencia y poder potencializarlos.
4 Solicitar la ayuda Panavial para repartir publicidad turística del cantón, en las casetas de cobro de peaje.	4. Implementar patrullas de seguridad ciudadana con el apoyo de entidades públicas(Policías, Cuerpo de Bomberos, hospital y Panavial)
5 Fomentar en la ciudadanía el turismo interno.	5. Aprovechar los días de feriado para promocionar al cantón ofertado actividades tales como ferias artesanales, culturales, gastronómicas, etc.
6 Aprovechar los recursos naturales, para incluir nuevas modalidades de turismo como la práctica de deportes extremos.	6. Implementar casetas de itour, en puntos estratégicos en las diferentes parroquias para brindar ayuda a los turistas.
FORTALEZA-AMENAZAS	DEBILIDADES-AMENAZAS
1. Solicitar la ayuda de la ciudadanía del cantón, para realizar mingas de mantenimiento y conservación de los recursos turísticos del cantón.	1. Implementar una señalética adecuada en los atractivos turísticos, para que puedan ser identificados con facilidad.






<p>2. La Cámara de Turismo del cantón debe fomentar la unión y el compañerismo entre las empresas de servicio turístico para que trabajen conjuntamente para el beneficio del cantón.</p>	<p>2. Los prestadores de servicios deben incluir dentro de sus empresas itinerarios que permitan al turista visitar los atractivos turísticos del cantón.</p>
<p>3. Colocar vallas publicitarias con información de los reconocimientos que tiene el cantón y de los destinos turísticos, en la vía que comprende el tramo Quito Ibarra para generar interés en el turista y visiten el cantón.</p>	<p>3. Elaborar un inventario de posibles atractivos turísticos para ser implementados en las plataformas de registro de información.</p>
<p>4. Identificar otras alternativas de vías de acceso hacia el cantón, colocar una señalización adecuada para no tener inconvenientes y los turistas puedan ingresar al cantón sin ningún problema</p>	<p>4. Implementar mayor resguardo policial en las vías principales del cantón para evitar inconvenientes y brindar seguridad a la ciudadanía.</p>
<p>5. Fomenta en la ciudadanía el cordialísimo y la amabilidad, para que el cantón sea reconocido por ser hospitalario.</p>	<p>5. Aplicar en cuestras a los turistas para identificar falencias y sugerencias, para aplicar medidas correctivas correspondientes.</p>
<p>6. Incluir dentro de los atractivos turísticos ya existentes, paquetes con circuitos que pueden realizarse en las diferentes parroquias del cantón</p>	<p>6. Buscar nuevos segmentos de mercado, que estén interesados en visitar lugares con poca aglomeración de gente para una estancia más relajada.</p>

Fuente: Elaboración propia.

4.5.3. Priorización de las estrategias.

Tabla 22.

Priorización de estrategias

Estrategia 1
 <p>La consolidación de la Cámara de Turismo, promueve la actividad turística, brindando servicios innovadores, para la posterior promoción del cantón y las empresas afiliadas.</p>
Estrategia 2
 <p>Potencializarían del turismo del cantón Pedro Moncayo, mediante la creación de nuevos productos turísticos para diversificar la oferta y atraer nuevos segmentos de mercado</p>
Estrategia 3
 <p>Implementación de casetas o i-tour, en puntos estratégicos en las diferentes parroquias para brindar ayuda e información a los turistas.</p>
Estrategia 4
 <p>Inclusión de las empresas florícolas con propósitos turísticos, en la cual se permita la visita de los turistas en las plantaciones de las rosas y conocer sobre los distintos procesos dentro de estas empresas.</p>
Estrategia 5
 <p>Aprovechamiento de los días de feriado para promocionar al cantón ofertado actividades tales como ferias artesanales, culturales, gastronómicas, etc.</p>

4.5.4. Aplicación de las estrategias

-Definición de la estrategia N° 1.

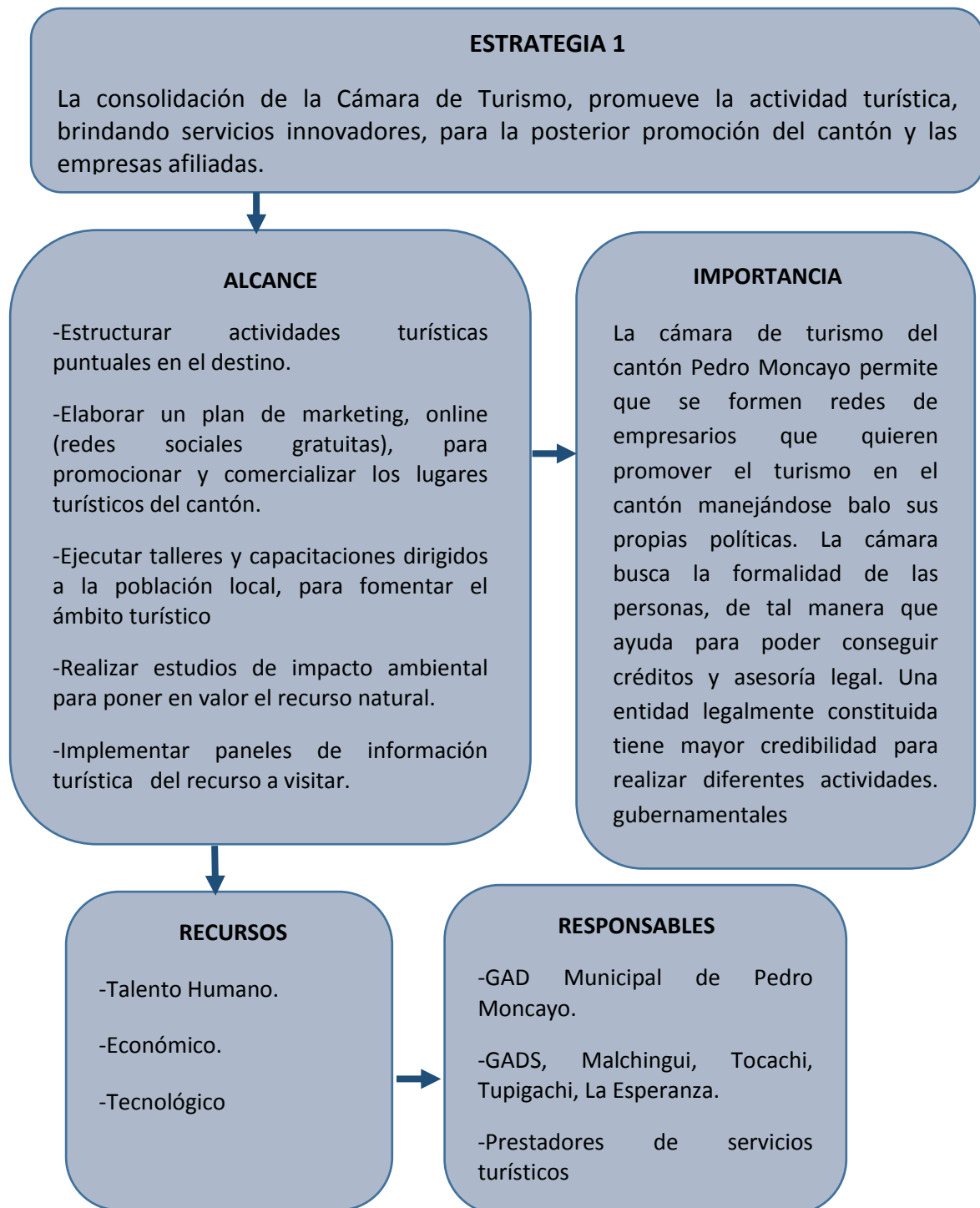


Ilustración 1 Estrategia 1
Fuente: Elaboración propia

-Definición de la estrategia N°2

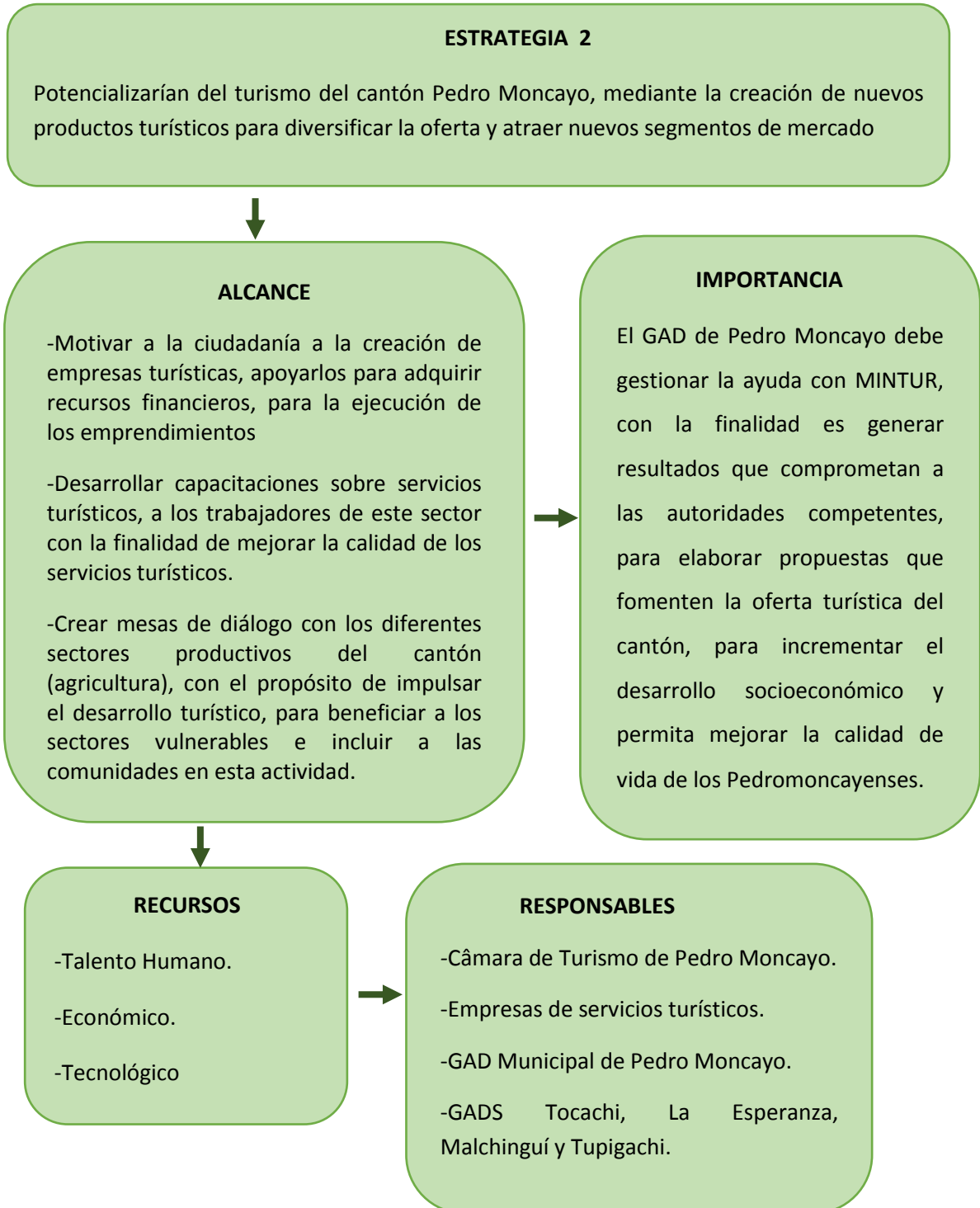


Ilustración 2 Estrategia 2
Fuente: Elaboración propia

-Definición de la estrategia N° 3

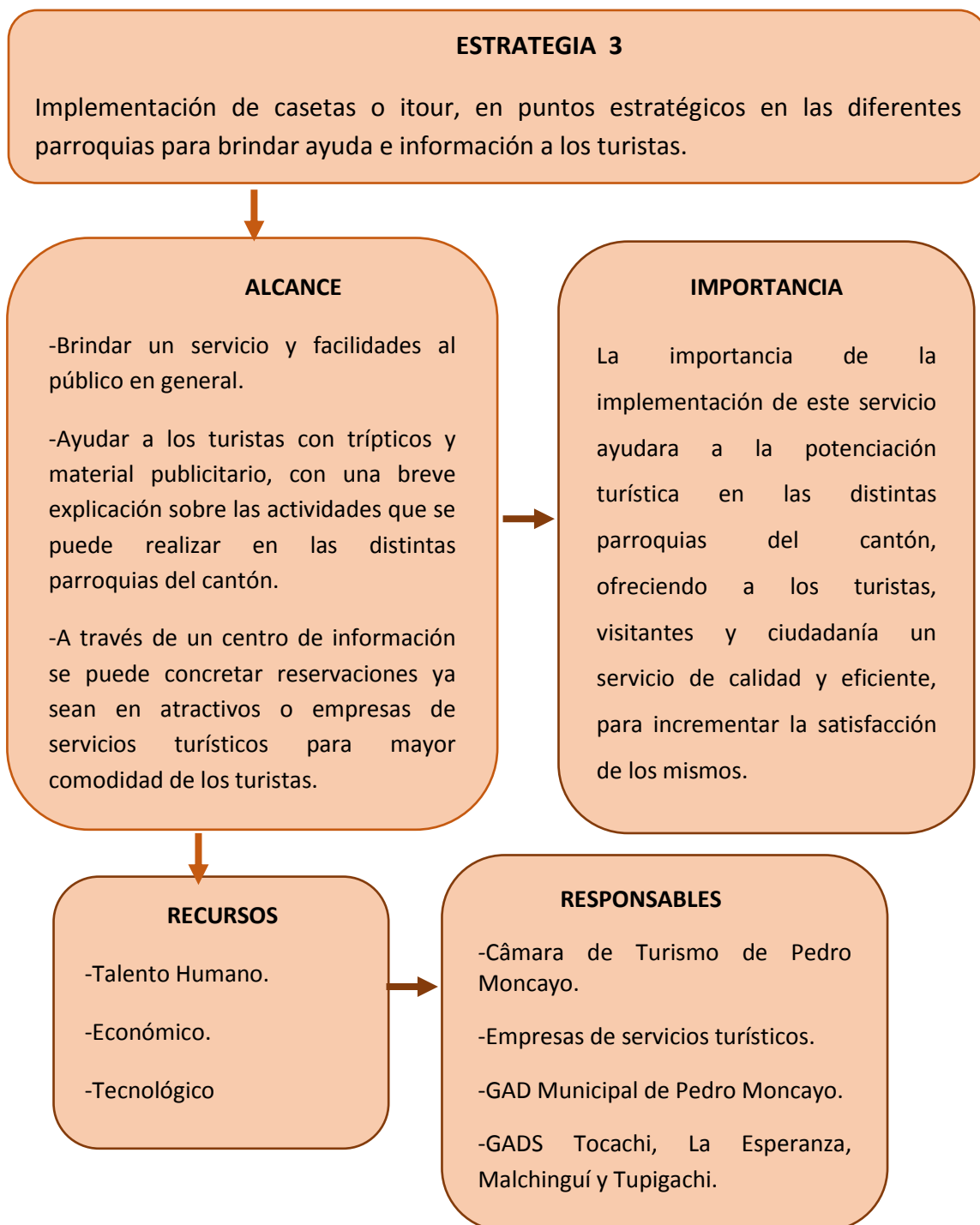


Ilustración 3 Estrategia 3
Fuente: Elaboración propia

-Definición de la estrategia N°4

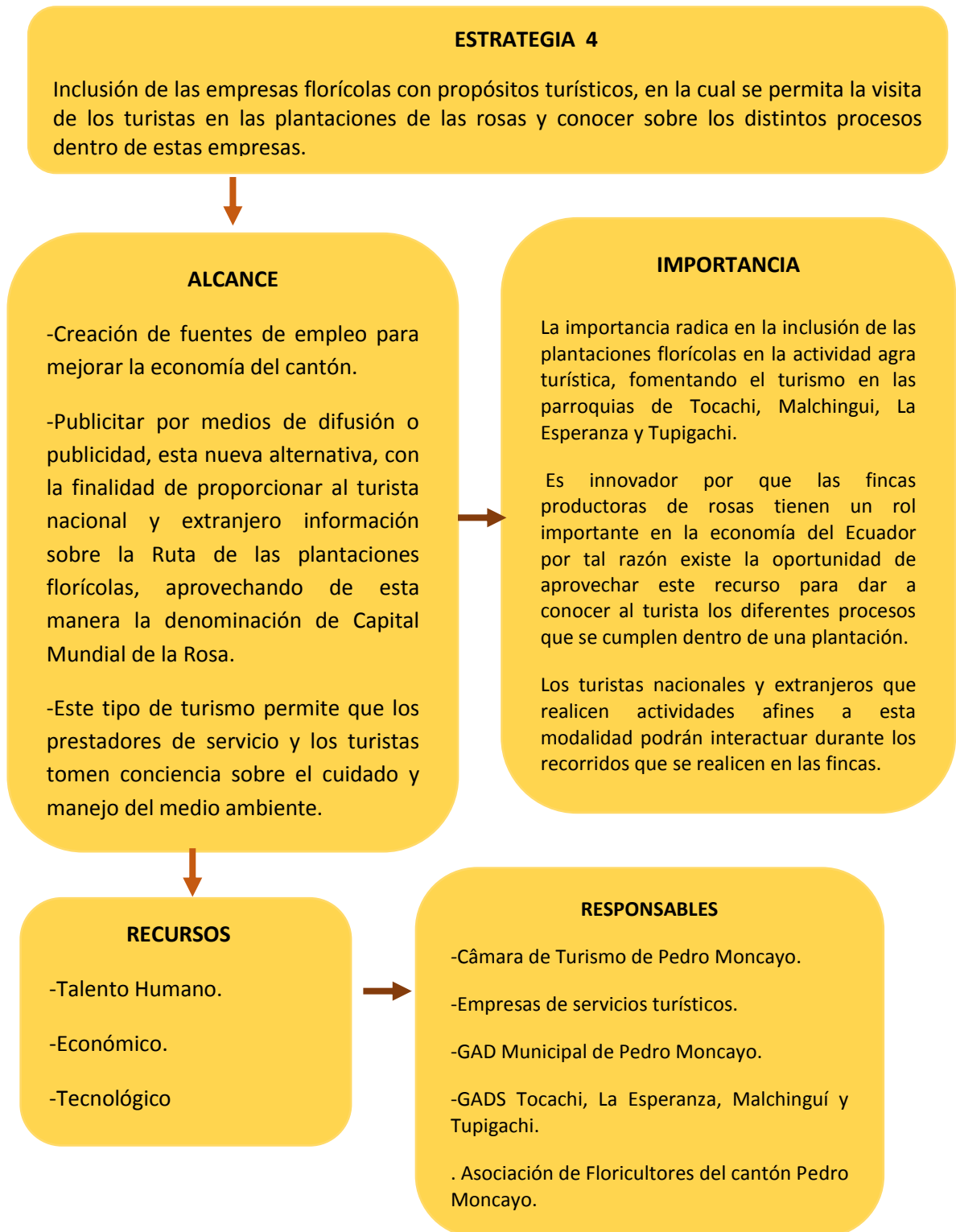


Ilustración 4 Estrategia 4
Fuente: Elaboración propia

-Definición de la estrategia N°5

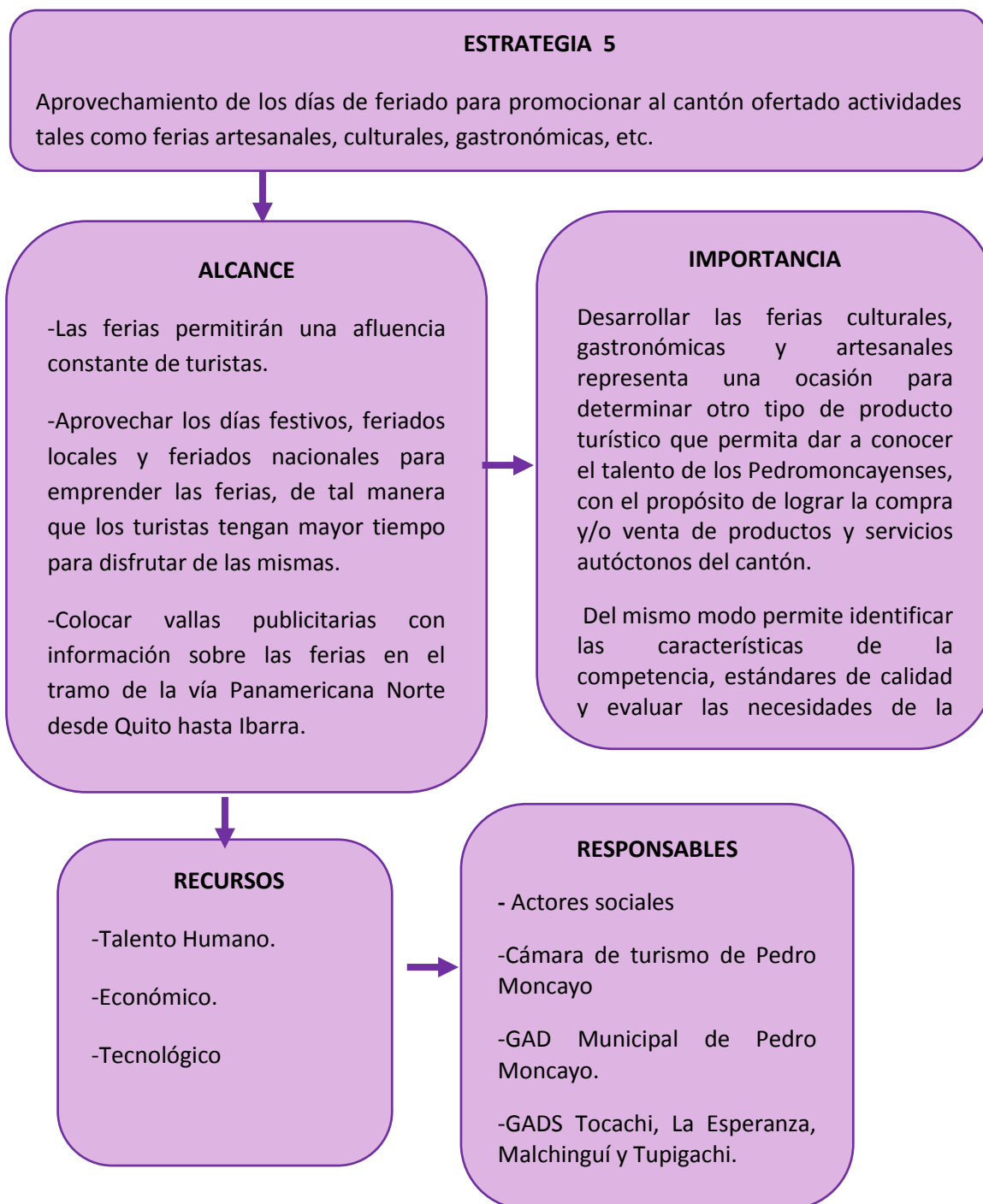


Ilustración 5 Estrategia 5
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones.

-Se diagnosticó la situación actual del cantón Pedro Moncayo, en la gestión administrativa del GAD Municipal y GADS Parroquiales, en el cual se conoce que a pesar de no contar con un modelo de gestión documentado, se ha dado soluciones óptimas para el proceso de desarrollo turístico, involucrando a las empresas de servicios turísticos

-Se identificaron los atractivos y recursos turísticos del cantón Pedro Moncayo, haciendo una descripción de características importantes de cada atractivo, adicionalmente se hace énfasis en que las manifestaciones culturales son el producto turístico más cotizado por los turistas, específicamente se menciona a las Fiestas de San Pedro, debido a que actualmente son reconocidas como Patrimonio Inmaterial del Ecuador, por ende se ha generado el interés en los turistas, este dato se obtuvo gracias a la aplicación de la encuesta ya que con el 57% de las respuestas se confirma esta información.

-Se evaluaron las condiciones de los servicios turísticos de los establecimientos de alojamiento, alimentación y transporte del cantón Pedro Moncayo, concluyendo que la planta turística en ciertos casos cumple con las necesidades de los turistas, y en otras busca la manera de adaptarse ya que durante este proceso se determinó que el servicio de alojamiento no cubre con la demanda.

-Se determinó el perfil y las preferencias de la demanda turística del cantón Pedro Moncayo, la encuesta se realizó con la intención de conocer necesidades de los turistas, brindar una solución oportuna para lograr su satisfacción, ya que serán quienes ayuden a difundir información del destino visitado, transmitiendo

sus experiencias a otras personas, generando la expectativa por conocer los diferentes atractivos y recursos turísticos del cantón.

.-Se establecieron cinco estrategias de fortalecimiento turístico en el cantón Pedro Moncayo, dando prioridad a la creación de una plataforma digital que contenga información concreta sobre el turismo en el cantón, adicionalmente, es necesario implementar nuevas modalidades de turismo que sean novedosas, como puede ser el aprovechamiento de las plantaciones florícolas para realizar circuitos donde participen los turistas en el procesos que se realizan dentro de las empresas. Se debe hacer una promoción turística constante para poder posicionar al cantón como un destino reconocido a nivel nacional con estas medidas se espera que la afluencia turística aumente en las diferentes parroquias del cantón.

5.2. Recomendaciones.

-Implementar dentro del GAD de Pedro Moncayo un departamento de turismo con el personal especializado en esta área, para aprovechar la actividad turística con el propósito de crear, fomentar y promocionar los recursos y atractivos turísticos del cantón.

-Aprovechar el potencial turístico con el que cuenta el cantón, ya que esto permitirá generar fuentes adicionales de empleo que ayudará a sus habitantes a mejorar su calidad de vida, y a la vez posicionar al cantón como destino turístico referencial de la provincia de Pichincha y del Ecuador.

-Generar una alianza estratégica entre el GAD de Pedro Moncayo y los prestadores de servicio turístico para que por parte de municipio brinde su apoyo a los establecimientos turísticos con capacitaciones sobre diferentes temáticas enfocadas a la actividad turística.

-Considerar las opiniones y sugerencias de los turistas para ajustarse a sus necesidades y brindarle al turista un servicio de calidad en cada uno de los lugares visitados.

-Incluir a los actores sociales en la toma de decisiones de las propuestas turísticas del GAD de Pedro Moncayo con la finalidad que sean partícipes en la sugerencia de creación de nuevos recursos turísticos que permitan diversificar la oferta y por ende una dinamización de la economía

Bibliografía

- Carlos F. (2 de junio de 2017). Foro capital pymes. Obtenido de <https://forocapitalpymes.com/ventaja competitiva/>.
- CEF- Marketing siglo XXI. (2018). Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-marketing-estrategico-15.htm>.
- Conde, E; Amaya, C. (2008). Redalyc.org. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314983006>
- Coutinho V. (2013). Obtenido de <https://marketingdecontenidos.com/promocion-en-el-marketing/>.
- David P. (5 de Mayo de 2017). La comercialización de la cartera de productos y su. Obtenido /51000/3979/1/UNACH-EC-FCP ING COM 2017-0023.pdf
- Espinosa, R. (17 de septiembre de 2013). Welcome to the new marketing. Obtenido de /2013/09/17/segmentación de mercado concepto y enfoque.
- Gómez, J. (7 de mayo de 2015). Lectura del Marketing. Obtenido de <https://laculturadelmarketing.com>. Que es segmentar en marketing.
- Guiterra, X. (2 de octubre de 2015). Marketing y Consumo y Tipos de segmentación de mercados.
- Jenny E. (2015). LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO.
- José A. (julio de 2012). Administración hotelera, Obtenido de Kotler.P. (2001). Dirección de mercadotecnia.
- Lois, A. (7 de enero de 2016). Foro Turismo características del producto hotelero.
- López d. (Noviembre de 2014). Plan de marketing para la comercialización.
- Martha M. (julio de 2016). Las 4 etapas de decisión de compra del consumidor. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/etapas-de-decision-de-compra-del-consumidor>.
- Martinez C. (18 de agosto de 2016). Marketing Estratégico.
- Oliva D. (junio de 2005). Revisión del concepto de calidad.
- Perez, J; Gardey, A. (2012). Definiciones. Obtenido de <https://definicion.de/segmentacion/>

- Ries A; Trout J. (2006). La guerra del marketing.
 - Robertho Espinosa. (23 de octubre de 2016). Welcome to the new marketing. Marketing estratégico concepto ejemplos.
 - Roberto E. (22 de Octubre de 2017). Welcome to the new Marketing Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos/>
 - Sulvaran E. (Noviembre de 2010). Monografías.com. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos84/motivacion-turista/motivacion-turista.shtml>
 - Thompson, I. (enero de 2006). Marketing-Free.com. Obtenido de <http://www.marketing-free.com/marketing/concepto-marketing.html>
- B. Eugenia Perona, V. E. (19 de Enero de 2015). Evolución y etapas del desarrollo turístico en la provincia de Córdoba, Argentina: ¿cuán lejos está el ideal del turismo sustentable? Evolución y etapas del desarrollo turístico en la provincia de Córdoba, Argentina: ¿cuán lejos está el ideal del turismo sustentable? Córdoba, Argentina.
- Barlés Arizón M.J, A. G. (Diciembre de 2012). Cuadernos de turismo . Perfil del turista de festivales: el caso del Festival Internacional de las Culturas Pirineos Sur. Murcia, España.
- Díaz, I. A. (2003). Cuaderno de Turismo. Un modelo de elección discreta en la determinación del perfil del turista rural: una aplicación a Murcia un modelo de elección discreta en la determinación del perfil del turista rural: una aplicación a Murcia. Murcia, España.
- Gómez, L. A. (diciembre de 2012). Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México. Carmen, Campeche, México.
- Hernández, F. J. (noviembre de 2016). Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados . Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados . Tenerife, Canarias, España.
- Luis Pino, S. B. (2008). www.iidenut.org. Obtenido de www.iidenut.org: https://www.iidenut.org/pdf_revista_tec_libre/Renut%206/RENUT%202008%20TEC_6_248-255.pdf
- M. Robleda, E. P. (2017). Tópicos selectos de ciencias administrativas y desarrollo . Los procesos administrativos aplicados a las actividades productivas de servicios. Mérida, Yucatán, México: ECORFAN.

María Dolores Gil Quiles, M. D. (22 de Octubre de 2016). La estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio el valle de ricote (Murcia). La estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio el valle de ricote (Murcia). Murcia , España.

Mesa, J. C. (2016). Operaciones y gestión de empresas turísticas: teoría y práctica. Almería : Editorial Universidad de Almería.

Torre, G. M. (2011). ROTUR/Revista de ocio y turismo . Las empresas alimnetarias, nuevo motor del turismo industrial en la provinvia de Córdoba. Analisis del perfil del turista. Córdoba , España.

Wilmer Carvache Franco, M. T. (29 de 05 de 2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña–Ecuador. Guayaquil, Guayas, Ecuador.

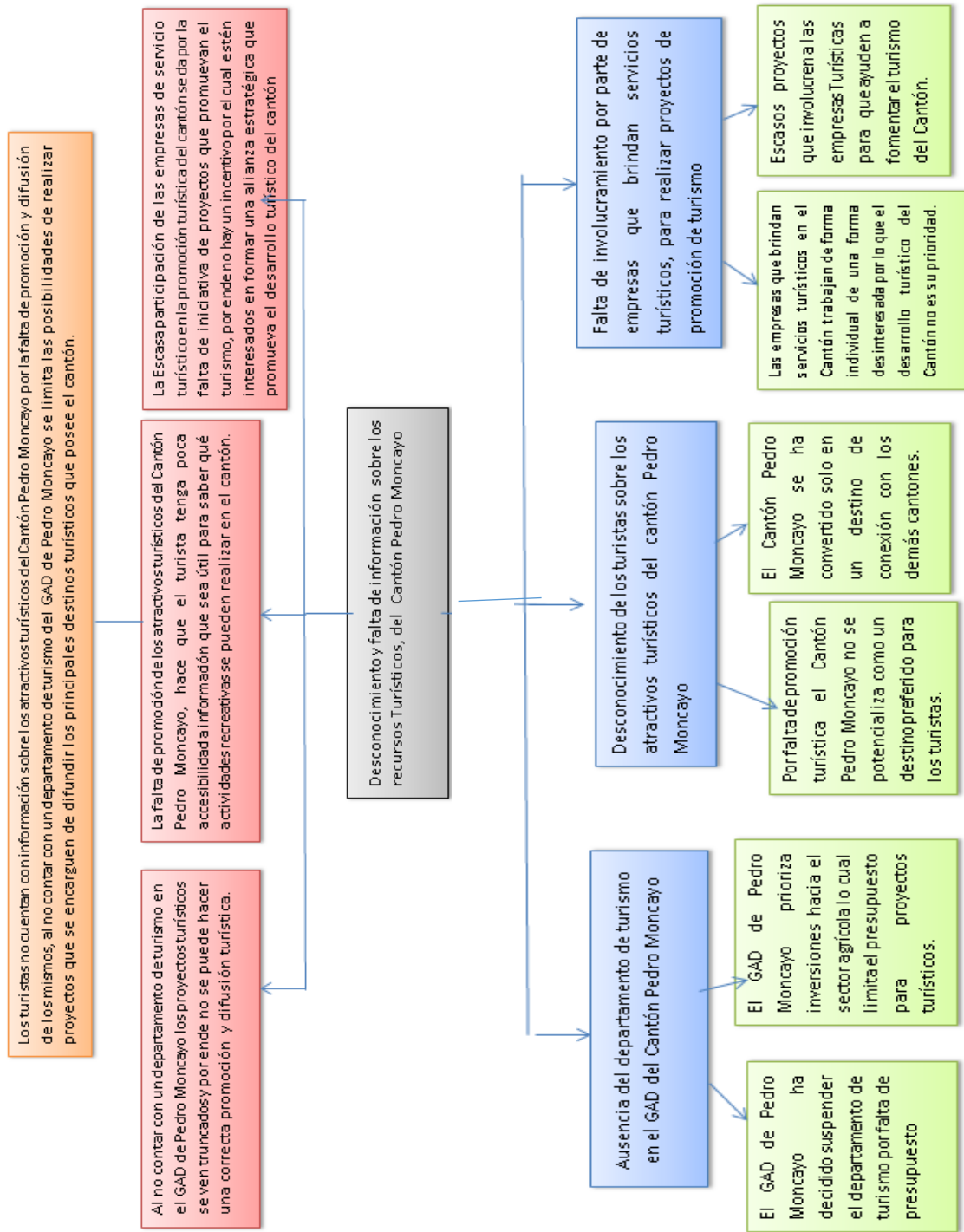
LINKOGRAFÍA

- <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/gestion-y-desarrollo-turistico>
- <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9041/1/T-UCE-0004-03.pdf>
- <http://www.bvsde.paho.org/bvsaia/fulltext/basico/031171-09.pdf>
- <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/14853-el-perfil-de-los-turistas/>
- <http://valderrediblesostenible.squarespace.com/blog/2010/6/9/la-calidad-en-el-servicio-turistico.html>
- <http://www.intedya.com/internacional/1081/noticia-servicios-turisticos-de-calidad.html>
- <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/perfil-del-visitante>
- <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- <https://www.elfinanciero.com.mx/peninsula/estas-son-las-5-estrategias-del-gobierno-para-impulsar-el-turismo>
- <https://www.entornoturistico.com>
- <https://www.entornoturistico.com/>
- <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6271456.pdf>
- <https://www.eluniverso.com/.../2018/.../feria-paseos-promociones-festejar-dia-turismo>
- <https://www.ecured.cu/Turismo>
- <https://www.pichincha.gob.ec/servicios/turismo>
- <https://www.turismo.gob.ec/>

- <https://www.goraymi.com> › Ecuador › GoRaym
- <https://www.turismo.gob.ec/estudio-de-perfiles-de-turistas-fortalece-la-planificacion-d>.
- <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21.../perfiles>
- <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/...turismo...turistica/247-servicios-turisticos>
- <https://definicion.de/servicios-turisticos/>
- <https://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/es/58-la-institucion/.../416-desarrollo>

ANEXOS

Anexo 1 árbol de problemas.



Anexo 2 Guía de encuesta.

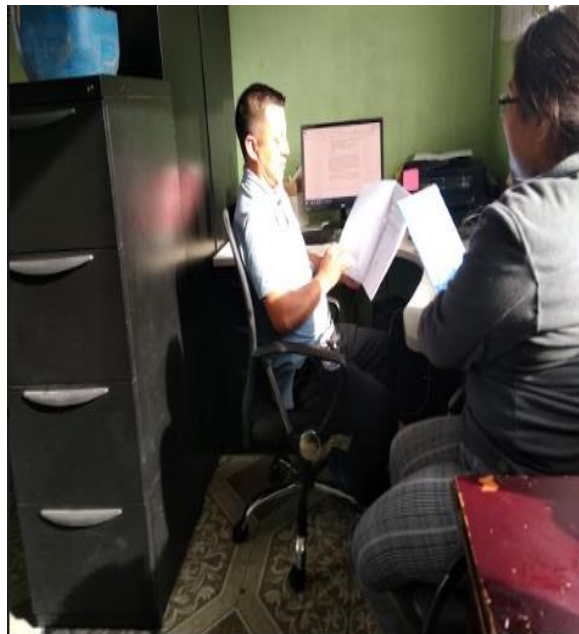
DATOS GENERALES DEL ENTREVISTADO:
Nombre:
Edad:
Título:
GUIA DE ENTREVISTA
1 ¿Qué función cumple el GAD Municipal con respecto a la actividad turística?
2 ¿Cuáles son los objetivos que se han planteado para impulsar la actividad turística?
3 ¿Qué modelo de gestión se aplica en la administración y operación turística en el cantón Pedro Moncayo?
5 ¿Quién financia el desarrollo turístico del cantón Pedro Moncayo?
6 ¿Cómo se toman las decisiones sobre la gestión turística?
7 ¿Cómo califica la participación de los actores sociales del cantón en el desarrollo turístico?
8 ¿Cuáles son los principales conflictos internos y externos que enfrenta la gestión turística y cómo los resuelven?
9 ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos del cantón?
10 ¿Considera usted que se satisface las expectativas de los turistas?
11 ¿Conoce usted si se realiza algún tipo de control de calidad en los establecimientos de servicios del cantón?
12 ¿Cuáles son los beneficios económicos, ambientales y sociales que ha generado la gestión turística?
13 ¿Cuál es la proyección a corto o mediano plazo de la gestión turística del cantón?

Anexo 3 Fotografías de la realización de la entrevista.



Figura
a las máximas
Malchingui y

Anexo 4



34.*Realización de la entrevista*
autoridades de la Parroquia de
Tocachi respectivamente.

Fichas de MINTUR.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	1			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Iglesia Central del Tocachi																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal					
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales) Click				2.10 Altura (msnm)									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:									
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima:				b. Temperatura(°C):				c. Precipitación Pluviométrica (mm):									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>			
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre <input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
Restringido <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
Pagado <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
4.3 Ser	d. Maneja un sistema de reservas: <input checked="" type="checkbox"/>		f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Depósito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>									
Gen	e. Precio:	Desde			Hasta	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>									
Obs	g. Meses recomendables de visita:																
4.5 Sen	Observaciones:																
a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		Estado (U)		Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>											
Observaciones:																	
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>																	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>								b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>									
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas										
Hotel <input type="checkbox"/>				Hotel <input type="checkbox"/>													
Hostal <input type="checkbox"/>				Hostal <input type="checkbox"/>													
Hostería <input type="checkbox"/>				Hostería <input type="checkbox"/>													

d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones:								
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>			Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input checked="" type="checkbox"/>			
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>		
Especifique:				Especifique:				
Observaciones:								
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>								
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>					
Observaciones:								
Hostería <input type="checkbox"/>				Hostería <input type="checkbox"/>				
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>				Hacienda Turística <input type="checkbox"/>				
Lodge <input type="checkbox"/>				Lodge <input type="checkbox"/>				
Resort <input type="checkbox"/>				Resort <input type="checkbox"/>				
Refugio <input type="checkbox"/>				Refugio <input type="checkbox"/>				
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>				Campamento Turístico <input type="checkbox"/>				
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>				
Observaciones:				Observaciones:				
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes <input type="checkbox"/>				Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>				
Cafeterías <input type="checkbox"/>				Cafeterías <input type="checkbox"/>				
Bares <input type="checkbox"/>				Bares <input type="checkbox"/>				
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>				Fuentes de soda <input type="checkbox"/>				
Observaciones:				Observaciones:				
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>					
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>					
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>					
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>					
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>					
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:								
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>								
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:					
Observaciones:								

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>			a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>			d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>			g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>			j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>			m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)									
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	
Mayoristas		<input type="checkbox"/>			Mayoristas		<input type="checkbox"/>		
Internacionales		<input type="checkbox"/>			Internacionales		<input type="checkbox"/>		
Operadoras		<input type="checkbox"/>			Operadoras		<input type="checkbox"/>		
Observaciones:					Observaciones:				
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado
<input type="checkbox"/>				Cultura	<input type="checkbox"/>				Cultura
				Aventura					Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		
							B	R	M



7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							SI	NO	SI
7.1 Servicios Básicos							<input type="checkbox"/>		
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano				<input type="checkbox"/>	
Agua:				Agua:				<input type="checkbox"/>	
Especifique:				Especifique:					
Energía eléctrica:				Energía eléctrica:				<input type="checkbox"/>	
Especifique:				Especifique:					
Saneamiento:				Saneamiento:				<input type="checkbox"/>	
Especifique:				Especifique:					
Disposición de desechos:				Disposición de desechos:				<input type="checkbox"/>	
Especifique:				Especifique:					
Observaciones:									
7.2 Señalética en el atractivo							<input type="checkbox"/>		
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado			
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M	
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	Tótem de direccionamiento					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad		Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad					
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>			Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>						
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input type="checkbox"/>						
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>						
Otros <input type="checkbox"/>			Otros <input type="checkbox"/>						
Observaciones:									
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle								
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>									
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>									
d. Otra <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>				
Telefonia (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonia (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>				
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>			
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>			
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>									
Observaciones:									
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>									
Deslaves <input type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>						
Sequia <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>						
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento:	Nombre del documento:	Año de elaboración:						
Observaciones:									
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES							SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?					SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:		

Observaciones:		
9. ACTIVIDADES QUE SE PRAC TICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>		
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>		
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/> d. Kayak de Río <input type="checkbox"/> e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/> i. Tubing <input type="checkbox"/> j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/> n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/> o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/> s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/> d Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/> d. Cicloturismo <input type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input type="checkbox"/> j. Camping <input type="checkbox"/>
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>		
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>		
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:		
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>		
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)		
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:	
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:	
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	
Observaciones:		

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:					
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>					
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro					
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes:					
c. Temporalidad de visita al atractivo					
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique		Número de visitantes	
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>				
d. Llegada de turistas					
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero	
				Llegadas mensuales	
				Total Anual	
Ciudades de origen				Paises de origen	
Fuente:					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
14. ANE	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
a. Archiv	Institución	Institución		Institución	
	Cargo	Cargo		Cargo	
	Correo Electrónico	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
	Teléfono	Teléfono		Teléfono	
	Firma	Firma		Firma	
	Fecha	Fecha		Fecha	
Fuente:					
b. Ubicación gráfica del Atractivo					
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>		
...nes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente <input type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>	Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:					
12. RECURSO HUMANO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>	
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>			d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>	
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano
Otro		Sensibilización de discapacidades	Otro	Chino	Otro
Observaciones:					
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)					

Anexo 5 Ficha INPC

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL E INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN.				
Provincia:		Cantón:		
Parroquia:		Urbana: ()		Rural: ()
Localidad:				
Coordenadas WGS84 Z17S – UTM		X (Este)	Y (Norte)	Z (Altitud)
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL				
Descripción de la fotografía:				
Código de la fotográfico:				
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Denominación				
Grupo social			Lengua (s)	
Ámbito				
Sub ámbito			Detalle del sub ámbito	

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
Fecha o período		Detalle de la periodicidad			
	Anual				
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Sensibilidad al cambio					
	Manifestaciones Vigentes				
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
9. ANEXOS			
Textos	Fotografías	Videos	Audio
10. Anexos			
11. Datos de control			
Entidad Investigadora:			
Registrado por:		Fecha de registro:	
Revisado por:		Fecha revisión:	
Aprobado por :		Fecha aprobación:	
Registro fotográfico:			

Anexo 6 Ficha de operaciones turísticas empresas de alojamiento.

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO				
1	ASPECTOS GENERALES	SI	NO	PO
1.1	El establecimiento está en buen estado de conservación y mantenimiento			
1.2	La pintura y el barniz están en buen estado			
1.3	Se evita en lo posible el cemento. Sustituyendo o cubriendo con madera, grava, laja ó empedrado.			
1.4	Si el techo está pintado, este armoniza con el ambiente			
1.5	Suficiente ventilación natural. Preferible dejar aberturas en la parte alta para la circulación del aire caliente.			
1.6	Buenos espacios y distribución de la casa			
1.7	Limpieza en el entorno del alojamiento			
1.8	Posee jardines en buen estado			
1.9	Posee área de parqueadero			
1.10	Posee ranflas para discapacitados			

1.11	Hay suficientes basureros			
1.12	Hay suficiente señalética interna			
1.13	Hay área de recepción			
1.14	Hay suficiente señalización que indica cómo llegar al alojamiento			
2	HABITACIONES	SI	NO	PO
2.1	Los cuartos son de tamaño suficiente y confortables			
2.2	Cubierta o techo en buen estado			
2.3	Están decoradas con artesanías típicas, cuadros sobre la zona y los recursos naturales. Se utilizan elementos naturales y culturales para la decoración.			
2.4	Pintura y barniz en buen estado			
2.5	Los cuartos cuentan con ventanas con suficiente iluminación			
2.6	Las cobijas se encuentran en buen estado			
2.7	Los colchones son suficientemente cómodos y aptos			
2.8	Evita luces fluorescentes.			
2.9	Se cuenta con camas en buen estado			
2.10	Se cuenta con ganchos y estantes para colgar la ropa.			
2.11	Se cuenta con closet o guardarropa			
2.12	Hay mesita con silla			
2.13	Hay basureros			
2.14	Hay rodapie de cama.			
2.15	Hay lámparas			
2.16	Hay veladores			
2.17	Evitan los materiales sintéticos en cortinas y sábanas.			
2.18	Las ventanas tienen cedazo o malla para evitar ingreso de insectos			
2.19	El piso se encuentra en buenas condiciones			
2.20	Las instalaciones eléctricas están cubiertas			
2.21	Están funcionando los tomacorrientes			
2.22	Están funcionando los interruptores correctamente			
2.23	Las habitaciones están numeradas o nombradas			
2.24	Evita malos olores			
2.25	Las puertas de las habitaciones tienen cerraduras con llave			
3	BAÑOS PARA HUÉSPEDES	SI	NO	PO
3.1	Se cuenta al menos con un baño para cada 5 personas			
3.2	El tamaño del baño es suficiente			
3.3	El cabezal de la ducha está a una altura de al menos a 1.90 m.			

3.4	Se cuenta con agua caliente para la ducha.			
3.5	Las griferías de agua caliente están bien conectadas y sin fugas			
3.6	Las duchas cuentan con cortinas			
3.7	Las paredes están revestidas con azulejos			
3.8	Se cuenta con agua permanente y suficiente			
3.9	Los sanitarios y el baño están limpios y sin moho			
3.10	Se cuenta con toalla para cada huésped			
3.11	Tiene seguridad en la puerta			
3.12	Se cuenta con desagües			
3.13	Previene filtraciones o humedad			
3.14	Funciona el sistema de agua del inodoro			
3.15	Se encuentra en buen estado el techo o tumbado del baño			
3.16	Cuenta con papel higiénico			
3.17	Se prende el foco			
3.18	Se cuenta con lavabo.			
3.19	Se cuenta con bañera o tina.			
3.20	Se cuenta con espejo.			
3.21	Se cuenta con jabonera para la ducha.			
3.22	Se cuenta con toallero			
3.23	Se cuenta con basurero			
3.24	Se cuenta con rodapié para la ducha.			
3.25	Se dispone de shampoo			
3.26	Se dispone de jabón para cada huésped			
3.27	Evita malos olores			
4	COCINA	SI	NO	PO
4.1	La ventilación es adecuada, se evita la acumulación de humo, calor y olores			
4.2	Evita malos olores			
4.3	Las áreas de cocina están limpias y desinfectadas			
4.4	Posee cocina industrial			
4.5	Se cuenta con suficientes utensilios para cocinar			
4.6	Los utensilios se encuentran limpios y desinfectados			
4.7	Hay fregadero o lavabo en la cocina			
4.8	Se cuenta con refrigeradora.			
4.9	Hay una bodega ó alacena donde guardar bien los alimentos			
4.10	La pared está revestida con azulejo en el área de fregadero y preparación de alimentos.			

4.11	La cocina cuenta con una lámina de acero inoxidable o aluminio en su parte posterior para facilitar la limpieza			
4.12	La mesa de cocina es de una superficie fácil de limpiar.			
4.13	Se cuenta con una campana para la extracción de olores y grasas			
4.14	Posee suficientes implementos eléctricos de cocina (batidora-licuadora-etc.)			
4.15	Se dispone de agua permanentemente			
4.16	Hay suficientes mesones para trabajar			
4.17	Hay suficientes basureros			
4.18	Se cuenta con un piso en buenas condiciones			
4.19	Se cuenta con un techo o tumbado adecuado			
4.20	Funcionan sus instalaciones eléctricas, tomacorrientes e interruptor.			
4.21	Se evita la presencia de cucarachas y plagas			
5	RESTAURANTE	SI	NO	PO
5.1	Los azucareros, ajiceros, saleros, etc. están bien limpios y se rellenan siempre que se encuentran a la mitad			
5.2	Se dispone de vajilla adecuada			
5.3	Se dispone de cubertería adecuada			
5.4	Se dispone de mantelería adecuada			
5.5	El área de comedor es suficientemente amplio.			
5.6	El área de comedor es suficientemente iluminado			
5.7	El área de comedor es suficientemente ventilado			
5.8	Se cuenta con sillas y mesas suficientes para todos los posibles clientes			
5.9	Cuenta con baño el restaurante			
5.10	Posee menú del día			
5.11	Posee una decoración acorde al entorno			
5.12	Posee carta			
5.13	Se cuenta con un piso en buenas condiciones			
5.14	El área de comedor guarda limpieza			
5.15	Se cuenta con un techo o tumbado adecuado			
6	ÁREAS DE DESCANSO	SI	NO	PO
6.1	Se cuenta con infraestructura adecuada para lectura y esparcimiento.			
6.2	Se cuenta con libros y juegos de mesa.			
6.3	En las áreas de descanso hay suficientes sillas para todos los posibles clientes			
6.4	Se cuenta con hamacas para los clientes			
6.5	Se evitan los malos olores			

6.6	Tiene áreas verdes			
6.7	Se encuentra decorado con objetos tradicionales de la zona y artesanías			
6.8	Por las noches hay entretenimiento			
	o Lectura de cuentos/leyendas			
	o Música			
	o Poemas			
	o Juegos de mesa, naipes			
	o Cantos y bailes O Fogatas			
6.9	Se cuenta con áreas para niños			
6.10	Hay ventas de tarjetas postales, productos de la zona			
6.11	Existen suficientes tachos de basura			
6.12	Se utilizan especies frutales y con flores que sirven de alimento a animales silvestres			
6.13	Se encuentran alejados los animales de corral			
6.14	Se encuentran limpias las áreas de descanso			
7	OPERACIÓN Y SERVICIO			
7.1	OPERACIÓN	SI	NO	PO
7.1.1	Los establecimientos tiene bien definidas las funciones de cada persona, la distribución de tareas y beneficios			
7.1.2	La contabilidad y el pago de impuestos están al día			
7.1.3	Se cuenta con un registro de ingresos y egresos.			
7.1.4	Se cuenta con un libro de registro de entradas y salidas de huéspedes			
7.1.5	Se dispone de un sistema de reservas de hospedaje y servicios			
7.1.6	Existe un sistema de quejas y sugerencias y se da seguimiento a las mismas			
7.2	ATENCIÓN Y SERVICIO	SI	NO	PO
7.2.1	Al menos una persona habla inglés			
7.2.2	La persona encargada de atender al público está bien informadas sobre la realidad ecológica del entorno, la cultura, los atractivos cercanos y es capaz de brindar información al turista			
7.2.3	Los servicios se prestan de forma amable.			
7.2.4	Los servicios se prestan de forma puntual			
7.2.5	Los servicios se prestan de forma responsable			
7.2.6	El personal se encuentra debidamente uniformado o identificado			
7.3	ALIMENTACION Y BEBIDAS	SI	NO	PO
7.3.1	En la preparación de alimentos utilizan gorra y delantal.			

7.3.2	Se utilizan productos frescos			
7.3.3	Preferiblemente se consumen hortalizas y frutas producidas de forma orgánica de la zona			
7.3.4	Evita productos procedentes de especies protegidas			
7.3.5	Se reduce al mínimo el uso de envases plásticos desechables, en bebidas, leche, azúcar, mantequilla, mermelada, se trata de presentar en envases recargables			
7.3.6	Los alimentos que así lo requieren son refrigerados adecuadamente (leche, mantequilla, carnes, pescados, etc.)			
7.3.7	Se ofrece comida casera, tradicional de la zona			
7.3.8	Se sirven alternativas de platos vegetarianos			
7.3.9	Se evita el consumo de alimentos preparados el día anterior			
7.3.10	Se utiliza agua hervida o clorada en las bebidas			
7.3.11	Se desinfecta verduras, frutas, hortalizas antes de ser servidas.			
7.4	INFORMACION	SI	NO	PO
7.4.1	Se cuenta con un inventario de los atractivos naturales y culturales cercanos, así como una base de datos mínima sobre biodiversidad			
7.4.2	Esta publicado un listado de precios en alojamiento y restaurante			
7.4.3	Tiene información al público sobre horarios de atención			
7.4.4	Tiene información al público sobre reglas internas o conducta al interior			
7.4.5	Está provisto de mapas de la zona con los atractivos turísticos y rutas de visita			
7.4.6	Se cuenta con un listado de servicios y actividades varias que se ofrecen con horario y precios			
7.4.7	Se informa sobre las medidas medioambientales y sobre como el visitante puede colaborar con ellas (ahorro de agua mediante menor frecuencia de lavado de toallas y sábanas, ahorro de electricidad, separación de desechos, donaciones económicas.			
7.4.8	Se ofrecen libros, guías o revistas sobre conservación de los recursos naturales, aspectos de la región, etc.			
7.5	SEGURIDAD	SI	NO	PO
7.5.1	Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios			
7.5.2	Se dispone de extintor de incendios			
7.5.3	Al menos hay una persona con conocimientos mínimos de primeros auxilios y de seguridad			
7.5.4	Se tiene a la vista los teléfonos de emergencias (médico, bomberos, policía) la ubicación de los sitios de emergencia y la distancia de los mismos			
7.5.5	Existe información visible sobre cuáles son las zonas seguras y sobre qué hacer en caso de incendio, sismo o cualquier otra situación de			

	emergencia.			
7.5.6	Se cuenta con lámparas de emergencias (linterna).			
7.6	ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	SI	NO	PO
7.6.1	Se realizan actividades de educación ambiental para los visitantes y los pobladores de la zona			
7.6.2	Se clasifican los desechos			
7.6.3	Posee huertos agroecológicos			
7.6.4	Se utiliza los desechos orgánicos en huertos			
7.6.5	Se almacenan los productos reciclables para su posterior entrega			

Anexo 7 Fichas de operaciones turísticas de empresas de alimentación.

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO				
1	ASPECTOS GENERALES	SI	NO	PO
1.1	El establecimiento está en buen estado de conservación y mantenimiento			
1.2	La pintura y el barniz están en buen estado			
1.3	Se evita en lo posible el cemento. Sustituyendo o cubriendo con madera, grava, laja ó empedrado.			
1.4	Si el techo está pintado, este armoniza con el ambiente			
1.5	Suficiente ventilación natural. Preferible dejar aberturas en la parte alta para la circulación del aire caliente.			
1.6	Buenos espacios y distribución de la casa			
1.7	Limpieza en el entorno del alojamiento			
1.8	Posee jardines en buen estado			
1.9	Posee área de parqueadero			
1.10	Posee ranflas para discapacitados			
1.11	Hay suficientes basureros			
1.12	Hay suficiente señalética interna			
1.13	Hay área de recepción			
1.14	Hay suficiente señalización que indica cómo llegar al alojamiento			
2	HABITACIONES	SI	NO	PO
2.1	Los cuartos son de tamaño suficiente y confortables			
2.2	Cubierta o techo en buen estado			
2.3	Están decoradas con artesanías típicas, cuadros sobre la zona y los recursos naturales. Se utilizan elementos naturales y culturales para la decoración.			

2.4	Pintura y barniz en buen estado			
2.5	Los cuartos cuentan con ventanas con suficiente iluminación			
2.6	Las cobijas se encuentran en buen estado			
2.7	Los colchones son suficientemente cómodos y aptos			
2.8	Evita luces fluorescentes.			
2.9	Se cuenta con camas en buen estado			
2.10	Se cuenta con ganchos y estantes para colgar la ropa.			
2.11	Se cuenta con closet o guardarropa			
2.12	Hay mesita con silla			
2.13	Hay basureros			
2.14	Hay rodapie de cama.			
2.15	Hay lámparas			
2.16	Hay veladores			
2.17	Evitan los materiales sintéticos en cortinas y sábanas.			
2.18	Las ventanas tienen cedazo o malla para evitar ingreso de insectos			
2.19	El piso se encuentra en buenas condiciones			
2.20	Las instalaciones eléctricas están cubiertas			
2.21	Están funcionando los tomacorrientes			
2.22	Están funcionando los interruptores correctamente			
2.23	Las habitaciones están numeradas o nombradas			
2.24	Evita malos olores			
2.25	Las puertas de las habitaciones tienen cerraduras con llave			
3	BAÑOS PARA HUÉSPEDES	SI	NO	PO
3.1	Se cuenta al menos con un baño para cada 5 personas			
3.2	El tamaño del baño es suficiente			
3.3	El cabezal de la ducha está a una altura de al menos a 1.90 m.			
3.4	Se cuenta con agua caliente para la ducha.			
3.5	Las griferías de agua caliente están bien conectadas y sin fugas			
3.6	Las duchas cuentan con cortinas			
3.7	Las paredes están revestidas con azulejos			
3.8	Se cuenta con agua permanente y suficiente			
3.9	Los sanitarios y el baño están limpios y sin moho			
3.10	Se cuenta con toalla para cada huésped			
3.11	Tiene seguridad en la puerta			

3.12	Se cuenta con desagües			
3.13	Previene filtraciones o humedad			
3.14	Funciona el sistema de agua del inodoro			
3.15	Se encuentra en buen estado el techo o tumbado del baño			
3.16	Cuenta con papel higiénico			
3.17	Se prende el foco			
3.18	Se cuenta con lavabo.			
3.19	Se cuenta con bañera o tina.			
3.20	Se cuenta con espejo.			
3.21	Se cuenta con jabonera para la ducha.			
3.22	Se cuenta con toallero			
3.23	Se cuenta con basurero			
3.24	Se cuenta con rodapié para la ducha.			
3.25	Se dispone de shampoo			
3.26	Se dispone de jabón para cada huésped			
3.27	Evita malos olores			
4	COCINA	SI	NO	PO
4.1	La ventilación es adecuada, se evita la acumulación de humo, calor y olores			
4.2	Evita malos olores			
4.3	Las áreas de cocina están limpias y desinfectadas			
4.4	Posee cocina industrial			
4.5	Se cuenta con suficientes utensilios para cocinar			
4.6	Los utensilios se encuentran limpios y desinfectados			
4.7	Hay fregadero o lavabo en la cocina			
4.8	Se cuenta con refrigeradora.			
4.9	Hay una bodega ó alacena donde guardar bien los alimentos			
4.10	La pared está revestida con azulejo en el área de fregadero y preparación de alimentos.			
4.11	La cocina cuenta con una lámina de acero inoxidable o aluminio en su parte posterior para facilitar la limpieza			
4.12	La mesa de cocina es de una superficie fácil de limpiar.			
4.13	Se cuenta con una campana para la extracción de olores y grasas			
4.14	Posee suficientes implementos eléctricos de cocina (batidora-licuadora-etc.)			
4.15	Se dispone de agua permanentemente			
4.16	Hay suficientes mesones para trabajar			
4.17	Hay suficientes basureros			

4.18	Se cuenta con un piso en buenas condiciones			
4.19	Se cuenta con un techo o tumbado adecuado			
4.20	Funcionan sus instalaciones eléctricas, tomacorrientes e interruptor.			
4.21	Se evita la presencia de cucarachas y plagas			
5	RESTAURANTE	SI	NO	PO
5.1	Los azucareros, ajiceros, saleros, etc. están bien limpios y se rellenan siempre que se encuentran a la mitad			
5.2	Se dispone de vajilla adecuada			
5.3	Se dispone de cubertería adecuada			
5.4	Se dispone de mantelería adecuada			
5.5	El área de comedor es suficientemente amplio.			
5.6	El área de comedor es suficientemente iluminado			
5.7	El área de comedor es suficientemente ventilado			
5.8	Se cuenta con sillas y mesas suficientes para todos los posibles clientes			
5.9	Cuenta con baño el restaurante			
5.10	Posee menú del día			
5.11	Posee una decoración acorde al entorno			
5.12	Posee carta			
5.13	Se cuenta con un piso en buenas condiciones			
5.14	El área de comedor guarda limpieza			
5.15	Se cuenta con un techo o tumbado adecuado			
6	ÁREAS DE DESCANSO	SI	NO	PO
6.1	Se cuenta con infraestructura adecuada para lectura y esparcimiento.			
6.2	Se cuenta con libros y juegos de mesa.			
6.3	En las áreas de descanso hay suficientes sillas para todos los posibles clientes			
6.4	Se cuenta con hamacas para los clientes			
6.5	Se evitan los malos olores			
6.6	Tiene áreas verdes			
6.7	Se encuentra decorado con objetos tradicionales de la zona y artesanías			
6.8	Por las noches hay entretenimiento			
	o Lectura de cuentos/leyendas			
	o Música (guitarras)			
	o Poemas			
	o Juegos de mesa, naipes			
	o Cantos alrededor de fogatas			
6.9	Se cuenta con áreas para niños			

6.10	Hay ventas de tarjetas postales, productos de la zona			
6.11	Existen suficientes tachos de basura			
6.12	Se utilizan especies frutales y con flores que sirven de alimento a animales silvestres			
6.13	Se encuentran alejados los animales de corral			
6.14	Se encuentran limpias las áreas de descanso			
7	OPERACIÓN Y SERVICIO			
7.1	OPERACIÓN	SI	NO	PO
7.1.1	Los establecimientos tiene bien definidas las funciones de cada persona, la distribución de tareas y beneficios			
7.1.2	La contabilidad y el pago de impuestos están al día			
7.1.3	Se cuenta con un registro de ingresos y egresos.			
7.1.4	Se cuenta con un libro de registro de entradas y salidas de huéspedes			
7.1.5	Se dispone de un sistema de reservas de hospedaje y servicios			
7.1.6	Existe un sistema de quejas y sugerencias y se da seguimiento a las mismas			
7.2	ATENCION Y SERVICIO	SI	NO	PO
7.2.1	Al menos una persona habla inglés			
7.2.2	La persona encargada de atender al público está bien informadas sobre la realidad ecológica del entorno, la cultura, los atractivos cercanos y es capaz de brindar información al turista			
7.2.3	Los servicios se prestan de forma amable.			
7.2.4	Los servicios se prestan de forma puntual			
7.2.5	Los servicios se prestan de forma responsable			
7.2.6	El personal se encuentra debidamente uniformado o identificado			
7.3	ALIMENTACION Y BEBIDAS	SI	NO	PO
7.3.1	En la preparación de alimentos utilizan gorra y delantal.			
7.3.2	Se utilizan productos frescos			
7.3.3	Preferiblemente se consumen hortalizas y frutas producidas de forma orgánica de la zona			
7.3.4	Evita productos procedentes de especies protegidas			
7.3.5	Se reduce al mínimo el uso de envases plásticos desechables, en bebidas, leche, azúcar, mantequilla, mermelada, se trata de presentar en envases recargables			
7.3.6	Los alimentos que así lo requieren son refrigerados adecuadamente (leche, mantequilla, carnes, pescados, etc.)			
7.3.7	Se ofrece comida casera, tradicional de la zona			
7.3.8	Se sirven alternativas de platos vegetarianos			

7.3.9	Se evita el consumo de alimentos preparados el día anterior			
7.3.10	Se utiliza agua hervida o clorada en las bebidas			
7.3.11	Se desinfecta verduras, frutas, hortalizas antes de ser servidas.			
7.4	INFORMACION	SI	NO	PO
7.4.1	Se cuenta con un inventario de los atractivos naturales y culturales cercanos, así como una base de datos mínima sobre biodiversidad			
7.4.2	Esta publicado un listado de precios en alojamiento y restaurante			
7.4.3	Tiene información al público sobre horarios de atención			
7.4.4	Tiene información al público sobre reglas internas o conducta al interior			
7.4.5	Está provisto de mapas de la zona con los atractivos turísticos y rutas de visita			
7.4.6	Se cuenta con un listado de servicios y actividades varias que se ofrecen con horario y precios			
7.4.7	Se informa sobre las medidas medioambientales y sobre como el visitante puede colaborar con ellas (ahorro de agua mediante menor frecuencia de lavado de toallas y sábanas, ahorro de electricidad, separación de desechos, donaciones económicas.			
7.4.8	Se ofrecen libros, guías o revistas sobre conservación de los recursos naturales, aspectos de la región, etc.			
7.5	SEGURIDAD	SI	NO	PO
7.5.1	Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios			
7.5.2	Se dispone de extintor de incendios			
7.5.3	Al menos hay una persona con conocimientos mínimos de primeros auxilios y de seguridad			
7.5.4	Se tiene a la vista los teléfonos de emergencias (médico, bomberos, policía) la ubicación de los sitios de emergencia y la distancia de los mismos			
7.5.5	Existe información visible sobre cuáles son las zonas seguras y sobre qué hacer en caso de incendio, sismo o cualquier otra situación de emergencia.			
7.5.6	Se cuenta con lámparas de emergencias (linterna).			
7.6	ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	SI	NO	PO
7.6.1	Se realizan actividades de educación ambiental para los visitantes y los pobladores de la zona			
7.6.2	Se clasifican los desechos			
7.6.3	Posee huertos agroecológicos			
7.6.4	Se utiliza los desechos orgánicos en huertos			
7.6.5	Se almacenan los productos reciclables para su posterior entrega			

Anexo 8 Fichas de registro de empresas de transporte.

PARROQUIA	COOPERATIVA DE TRASPORTE					
	BUSES	N° DE UNIDADES	CAMIONETAS	N° DE UNIDADES	TAXIS	N° DE UNIDADES

Anexo 9 Encuesta.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
F.A.C.A.E.
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO



Por favor, dedique unos minutos a ayudarnos llenar esta encuesta. Todas las respuestas son confidenciales. Gracias por su colaboración

Objetivo: Determinar el perfil y preferencias de la demanda turística del cantón Pedro Moncayo.

1. Seleccione su edad.

- 15 a 17 ()
- 18 a 25 ()
- 26 a 30 ()
- 31 a 40 ()
- 40 a 50 ()
- 50 a 60 ()
- 60 a 70 ()

2. Seleccione su género.

Hombre () Mujer () LGBTI ()

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria () Secundaria () Universitarios ()

4. Seleccione su nacionalidad.

Ecuatoriana () Estadounidense ()
Alemana () Italiana ()
Colombiana () Peruana ()
Francés () Boliviana ()
Argentina () Chilena ()
Inglés ()

5. Seleccione su ocupación.

Empleado público () Empresario ()
Empleado privado () Ama de casa ()
Comerciante () Estudiante ()
Artesano () Otros ()

6. ¿Por qué medio se informó sobre el cantón Pedro Moncayo?

Redes sociales ()
Prensa escrita ()
Revistas turísticas ()
Publicidad televisiva ()
Publicidad radial ()
Por amistades ()
Agencias de viajes ()

7. ¿Qué factor adicional influyó para visitar el cantón Pedro Moncayo?

- Recomendaciones ()
- Cercanía del lugar de origen ()
- Tiempo disponible ()
- Precios ()
- Diversidad de actividades ()
- Visitar a familiares o amigos ()
- Trabajo ()
- Interés por visitar nuevos destinos ()

8. ¿Qué medio de transporte utilizó para trasladarse al cantón Pedro Moncayo?

- Automóvil () Bus () Motocicleta ()

9. ¿Cuánto gastó usted en su visita?

- Menor a 50,00 \$ ()
- 100,00 \$ ()
- 150,00 \$ ()
- 200,00 \$ ()
- Más de 250,00 \$ ()

10. ¿Cuánto duró su estadía en el cantón Pedro Moncayo?

- Medio día ()
- Un día ()
- Mayor a 2 días ()
- Una semana ()
- Un mes ()
- Dos meses ()

11. ¿Qué servicios utilizó durante su estadía en el cantón Pedro Moncayo?

- Hospedaje ()

Alimentación ()

Trasporte ()

Recreación ()

12. Cuál fue el tipo de alojamiento que usted utilizó durante su estancia

Hotel ()

Hostal ()

Motel ()

Auto-motel ()

Hosterías ()

Cabañas familiares ()

Tienda de campaña ()

Casa de familiares o amistades ()

13. ¿Cuál fue el tipo de establecimiento de alimentación que utilizó durante su estadía?

Restaurante familiar ()

Restaurante de especialidades (mariscos, aves, etc.). ()

Comida Rápida ()

Cafetería ()

Restaurante en el lugar de hospedaje ()

14. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó durante su estancia en el cantón?

Taxis ()

Automóvil propio ()

Camionetas ()

Bus urbano ()

Bicicleta ()

Caminata ()

15. De los siguientes atractivos turísticos, ¿Cuál es el nivel de interés en conocerlos durante su estancia? Para esto utilice la siguiente escala

5 Muy interesado	4 Interesado	3 Medio interesado	2 Poco interesado	1 Nada interesado
------------------	--------------	--------------------	-------------------	-------------------

Atractivo turístico	1	2	3	4	5	Atractivo turístico	1	2	3	4	5
Lagunas de Mojanda						Complejo Arqueológico Cochasquí					
Bosque Protector Jerusalén						Museo Virgen de Natividad					
Museo de la Raíz						Molino de Cananvalle					
Finca agroecológica Puruantag											
Iglesia Matriz de las diferentes Parroquias											
Iglesias de las diferentes parroquias											

16. ¿De las siguientes fiestas tradicionales, ¿Cuál es el grado de interés en conocerlos durante su estancia? Para esto utilice la siguiente escala?

5 Muy interesado	4 Interesado	3 Medio interesado	2 Poco interesado	1 Nada interesado
------------------	--------------	--------------------	-------------------	-------------------

Fiestas Tradicionales	1	2	3	4	5	Fiestas Tradicionales	1	2	3	4	5
Fiestas de San Pedro						Fiestas de Cantonización y Cosecha					
Fiestas de la Virgen de Natividad						Fiestas de Guioneros de Semana Santa					
Fiestas de la Rosa						Fiestas de Parroquialización de Tocachi					
Fiestas de Parroquialización de Malchingui						Fiestas de Parroquialización de Tupigachi					
Fiestas de Parroquialización de La Esperanza											

17. De las siguientes actividades, ¿Cuál es el grado de interés en conocerlos durante su estancia? Para esto utilice la siguiente escala.

5 Muy interesado	4 Interesado	3 Medio interesado	2 Poco interesado	1 Nada interesado
------------------	--------------	--------------------	-------------------	-------------------

Actividades	1	2	3	4	5	Actividades	1	2	3	4	5
Visitar centro de artesanías						Circuito Cultural					
Deportes extremos						Circuito Gastronómico					
Ciclo paseos						Circuito de la Rosa					
Recorridos de buses turísticos						Avistamiento de aves					
Chivas turísticas						trecking					
Participación de fiestas y espectáculos											

Anexo 10 Fotografía de la realización de la encuesta en las Lagunas de Mojanda.



Anexo 11 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMANAZAS

Anexo 12 Matriz DAFO.

FORTALEZAS OPORTUNIDADES	DEBILIDADES-OPORTUNIDADES
FORTALEZA-AMENAZAS	DEBILIDADES-AMANAZAS

Anexo 13 Informe de URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS Evaluacion del Desarrollo Turistico.docx (D55587748)
Submitted: 9/14/2019 5:06:00 PM
Submitted By: yvasallo@utn.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

TESIS MERY ESPINOSA 12 de Octubre.docx (D42490867)
Análisis de la influencia del sector turístico en el desarrollo socioeconómico de la parroquia de Tabacundo, pa ra su potencialización.pdf (D25540117)
TESIS FINAL kathe.docx (D54705824)
Mayra Flores Trabajo de investigación.docx (D37936033)
<http://www.redalyc.org/pdf/398/39845353014.pdf>
https://www.iidenut.org/pdf_revista_tec_libre/Renut%206/RENUT%202008%20TEC_6_248-255.pdf

TESIS MERY ESPINOSA 12 de Octubre.docx (D42490867)
Análisis de la influencia del sector turístico en el desarrollo socioeconómico de la parroquia de Tabacundo, pa ra su potencialización.pdf (D25540117)
TESIS FINAL kathe.docx (D54705824)
Mayra Flores Trabajo de investigación.docx (D37936033)
<http://www.redalyc.org/pdf/398/39845353014.pdf>
https://www.iidenut.org/pdf_revista_tec_libre/Renut%206/RENUT%202008%20TEC_6_248-255.pdf
<http://www.intedya.com/internacional/1081/noticia-servicios-turisticos-de-calidad.html>
<https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
<https://www.elfinanciero.com.mx/peninsula/estas-son-las-5-estrategias-del-gobierno-para-impulsar-el-turismo>
7a950ce1-2b21-4cbc-9c69-d0625cb05dd9

Instances where selected sources appear:

20