

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E**

ESCUELA DE TURISMO

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniería en Administración  
de Empresas Turísticas.

**Estrategias de promoción y publicidad turística para la parroquia de Aloasí,  
cantón Mejía, provincia de Pichincha**

Autor:

Fernando Mauricio Gualoto Alvarez

Directora:

Mg. Stefanía Jácome

Quito, Ecuador

Agosto 2018

## CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Diana Constante

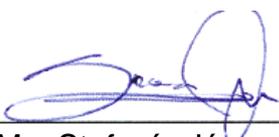
Directora de la Escuela de Turismo

Presente.

Yo, Stefanía Jácome, Directora del Trabajo de Titulación realizado por Fernando Mauricio Gualoto Alvarez, estudiante de la carrera de Administración de Empresas Turísticas, informo haber revisado el presente documento titulado “Estrategias de promoción y publicidad turística para la parroquia de Aloasí, cantón Mejía, provincia de Pichincha”, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



---

Mg. Stefanía Jácome

Director del Trabajo de Titulación

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Estrategias de promoción y publicidad turística de la parroquia de Aloasí, cantón Mejía, provincia de Pichincha”, así como también los contenidos, ideas, análisis. Conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la institución, citando la fuente.



Fernando Gualoto

1718384470

Quito, agosto 2018

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primer lugar a la universidad que me ha abierto las puertas para poder continuar con mis estudios superiores; a mi tutora Mg. Stefanía Jácome que me ha brindado la guía y las directrices oportunas para la elaboración del presente trabajo.

También un cordial agradecimiento al GAD de la parroquia de Aloasí por brindarme la ayuda necesaria y la información para completar con la investigación

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado especialmente a mi familia que ha sido el motor principal para el alcance de logros a lo largo de mi vida y por su incondicional apoyo en los momentos más difíciles.

Siendo un eje fundamental en mi vida Aída, Jorge y Darío para quienes este trabajo dedico, y esperando que se sientan orgullosos de mí ya que mi persona se siente orgulloso por la maravillosa familia que tengo y les agradezco por su ayuda a lo largo de este camino que no ha sido fácil pero que gracias a ellos se ha podido superar.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	x
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xi
RESUMEN .....	xii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1. Presentación del problema .....	13
1.2. Justificación .....	15
1.3. OBJETIVOS .....	16
1.3.1. General.....	16
1.3.2. Específicos .....	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	17
GENERALIDADES.....	17
2.1. Ubicación.....	17
2.1.1. Político – Administrativo .....	17
2.1.2. Zona de Planificación SENPLADES.....	17
2.2. Piso climático y temperatura promedio.....	18
2.3. Flora y fauna característica .....	19
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ENTORNO.....	19
2.4. Aspecto económico .....	19
2.4.1. Actividad productiva de la parroquia de Aloasí.....	19
2.5. Aspecto social y cultural .....	20
2.5.1. Hitos históricos importantes.....	20
2.5.2. Grupos étnicos .....	21
2.6. Aspecto ambiental .....	21
2.6.1. Problemática de contaminación.....	21

2.6.2.	Proyectos de recuperación ambiental .....	21
	DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO .....	22
2.7.	Superestructura turística .....	22
2.7.1.	Ministerio de turismo .....	22
2.8.	Infraestructura turística .....	22
2.8.1.	Servicio de energía.....	22
2.8.2.	Servicio de agua.....	23
2.8.3.	Vialidad.....	23
2.9.	Planta turística.....	23
2.9.1.	Alojamiento.....	23
2.9.2.	Transporte .....	24
2.9.3.	Alimentación .....	25
2.9.4.	Operación turística .....	25
2.9.5.	Demanda y oferta turística.....	26
2.9.6.	Atractivos turísticos .....	27
	CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	29
3.1.	Descripción general.....	29
3.2.	Métodos.....	29
3.2.1.	Método inductivo .....	29
3.2.2.	Método descriptivo .....	29
3.3.	Instrumento de recolección de datos.....	30
3.3.1.	Encuesta.....	30
3.3.2.	Entrevista.....	30
3.3.3.	Observación de campo.....	30
3.4.	Descripción del trabajo de campo .....	30
3.5.	Universo y muestra.....	31
3.6.	Procesamiento y análisis de datos .....	31
	CAPÍTULO 4. RESULTADOS E INTERPRETACIÓN .....	32
4.1	Presentación gráfica de resultados .....	32
4.1.1	Tabulación de las encuestas .....	32
4.2	Análisis e interpretación de resultados .....	39
4.2.1	Levantamiento de fichas.....	39
4.2.2	Ficha de núcleo poblacional .....	39

4.2.3	Fichas de atractivos.....	41
4.2.4	Análisis e interpretación de las entrevistas.....	53
4.3	PROPUESTA .....	58
4.3.1	Título de la propuesta.....	58
4.3.2	Objetivos.....	58
4.3.2.1	Objetivo general .....	58
4.3.2.2	Objetivos específicos.....	58
4.3.3	Ubicación sectorial y física .....	58
4.3.4	Viabilidad.....	58
4.3.5	Estrategias del marketing directo .....	59
4.3.5.1	Producto .....	59
4.3.5.2	Precio .....	59
4.3.5.3	Plaza .....	61
4.3.5.4	Promoción .....	62
4.3.6	Análisis externo e interno .....	63
4.3.6.1	Análisis externo .....	63
	Análisis PEST.....	63
	Análisis de mercado .....	64
	Matriz FODA.....	69
	Estrategias y tácticas de marketing online .....	70
4.3.7	Estrategias de promoción y publicidad turística.....	71
	Presupuesto .....	73
4.3.8.	Presentación de la publicidad online .....	74
4.3.9.	Presentación del código QR.....	75
	CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
5.1.	Conclusiones.....	76
5.2.	Recomendaciones.....	78
	GLOSARIO.....	80
	BIBLIOGRAFÍA .....	82

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Temperatura Promedio de Aloasí.....	18
Tabla N° 2 Flora y fauna característica .....	19
Tabla N°3 Actividades Productivas .....	19
Tabla N°4 Hitos Históricos de Aloasí.....	20
Tabla N°5 Proyectos que se ejecutan en la Parroquia Aloasí .....	22
Tabla N°6 Alojamientos en la parroquia de Aloasí.....	24
Tabla N°7 Lugares de alimentación en la parroquia de Aloasí.....	25
Tabla N°8 Jerarquización de los Atractivos Turísticos .....	27
Tabla N°9 Frecuencia de edad.....	32
Tabla N°10 Frecuencia de ocupación .....	32
Tabla N°11 Frecuencia de nivel de educación .....	33
Tabla N°12 Lugares de turismo a visitar fuera de la parroquia .....	34
Tabla N°13 Atractivos turísticos de Aloasí .....	34
Tabla N°14 Implementación para la visita a los atractivos .....	35
Tabla N°15 Estado del Alojamiento.....	35
Tabla N°16 Estado de lugares de alimentación .....	36
Tabla N°17 Estado del transporte .....	36
Tabla N°18 Estado de actividades complementarias .....	37
Tabla N°19 Forma de ayuda del Gobierno.....	37
Tabla N°20 Tipos de material promocional existente .....	38
Tabla N°21 Forma ideal de publicidad .....	39
Tabla N°22 Jerarquización de los atractivos .....	52
Tabla N°23 Matriz FODA .....	69
Tabla N°24 Estrategias de la matriz FODA .....	69
Tabla N°25 Líneas estratégicas del MKO.....	69
Tabla N°26 Estrategias de promoción y publicidad turística .....	70
Tabla N°27 Cuadro de presupuesto .....	73

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 Límites de la parroquia de Aloasí.....	17
Figura N°2 Niveles de planificación zonales .....	18
Figura N°3 Concentración de demanda extranjera .....	26
Figura N°4 Concentración de demanda nacional.....	26
Figura N°5 Partes de una dirección URL .....	64
Figura N°6 Dirección URL de la página web diseñada.....	64
Figura N°7 Buscador de Google con la página web.....	65
Figura N°8 Cuadro de comentarios en la página web diseñada (computadores) .....	65
Figura N°9 Cuadro de comentarios en la página web diseñada (dispositivos móviles).....	66
Figura N°10 Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (computadores) .....	66
Figura N°11 Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (dispositivos móviles) .....	67
Figura N°12 Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (computadores).....	68
Figura N°13 Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (dispositivos móviles).....	68
Figura N°14 Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasí (computadores) .....	74
Figura N°15 Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasí (dispositivos móviles).....	74
Figura N°16 Material físico de publicidad para la parroquia de Aloasí .....	75

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 ORGANIGRAMA DEL MINISTERIO DE TURISMO .....	86
ANEXO 2 ORGANIGRAMA DEL CANTÓN MEJÍA .....	87
ANEXO 3 ORGANIGRAMA DE LA PARROQUIA DE ALOASÍ .....	88
ANEXO 4 ENCUESTA CON FINES ACADÉMICOS .....	88
ANEXO 5 ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS .....	89
ANEXO 6 FICHA DE ATRACTIVOS .....	91

## RESUMEN

La parroquia de Aloasí se encuentra en la provincia de Pichincha, dentro del cantón Mejía, esta parroquia se ha visto afectada por la emigración de los pobladores especialmente jóvenes en busca de mejores fuentes de trabajo y estudios; Aloasí subsiste principalmente de las actividades agropecuarias y en poca cantidad del turismo, evidenciando como principal problema la poca promoción y publicidad turística de la parroquia.

Para el trabajo realizado se ha utilizado una investigación mixta con la ayuda de instrumentos de recolección de datos; dando como resultado los problemas y necesidades relacionadas a la promoción y publicidad turística dentro de la parroquia, esto ha permitido constatar el estado actual del sector. Con el fin de tener el conocimiento necesario de los temas a indagar, se realiza la investigación bibliográfica que sirve de base para estructurar el marco teórico, considerando principalmente los aspectos relacionados a la promoción y publicidad dentro del ámbito turístico.

En el presente trabajo se proponen estrategias de promoción y publicidad turísticas acorde a las 4P's, pero de acuerdo a las encuestas realizadas se han establecido como principales estrategias de promoción y publicidad turística al aprovechamiento de la tecnología, mediante la creación de una página web que puede ser vista tanto en plataformas de escritorio como en dispositivos móviles, obteniendo un alcance hacia turistas nacionales y extranjeros además de crear un material publicitario físico como es el código QR, mismo que acorde a estrategias propuestas en el trabajo se podrán encontrar en los principales puntos de afluencia de turistas como: las agencias de viajes, buses interprovinciales, estación del tren y hosterías privadas del sector, este código QR permitirá el acceso instantáneo a la página web, creando un enlace directo e inmediato entre medios de promoción y publicidad con los turistas.

## CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Presentación del problema

“El turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo” (OMT, 2015a).

En ese mismo sentido, para que exista un turismo consciente y desarrollado se necesita de una correcta administración y promoción turística para dar a conocer los diferentes atractivos de una determinada zona, tanto para el mercado nacional como para el mercado internacional generando de esta manera un incremento dentro de la actividad del sistema turístico.

La OMT plantea que un correcto manejo de la publicidad de los nuevos destinos turísticos junto con sus atractivos es un factor clave para el desarrollo de un sector y del público en general, dicha actividad genera recursos para el espacio en el que la realiza.

La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea (OMT, 2015).

El turismo en el cantón, se encuentra latente pero no es gestionado y/o administrado de una manera propicia, lo cual se puede evidenciar en diferentes localidades que conforman el cantón, una de ellas es la parroquia Aloasí. “Las principales actividades económicas del cantón Mejía son la agricultura y la ganadería; en la actualidad las haciendas se han dedicado a ofrecer servicios de hospedaje para compartir con los visitantes sus costumbres, las mismas que dan a conocer el personaje típico del sector que es el Chagra” (Molina & Yugcha, 2011).

Aloasí atrae poco interés turístico por parte de la población y autoridades locales, quienes inclusive no pueden detallarlo como una actividad concreta dentro de su Plan de Trabajo (GAD Parroquia de Aloasí, 2016).

En consecuencia, la parroquia Aloasí se desarrolla turísticamente de manera algo lenta dentro de la economía local, debido a la falta de apoyo por parte de autoridades y al desconocimiento de dicha actividad por parte de los pobladores. Se puede evidenciar la falta de una planificación adecuada para potencializar el valor de uso turístico de la parroquia de Aloasí, debido principalmente al escaso material de promoción turística en la misma parroquia o en sectores aledaños. Por otro lado, el desconocimiento acerca de los atractivos de la parroquia afecta al desarrollo de la misma, otro indicador que evidencia esta problemática es la escasa presencia de turistas en la zona que desconocen los lugares interesantes que pueden visitar.

Entre otras causas identificadas se observa el desconocimiento histórico – cultural de la parroquia y evolución a lo largo del tiempo, costumbres, hechos y personajes importantes, entre otros. Así mismo, la falta de técnicas de marketing para promocionar los atractivos turísticos por parte de los habitantes y del ente gubernamental, y falta de estadísticas que ayuden a determinar los ingresos por concepto de turismo es una causa más que agrava la problemática actual.

La Junta Parroquial teniendo como horizonte alcanzar los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo (2007-2012) a través de su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, busca resolver las necesidades actuales de la parroquia y sus pobladores tales como servicios básicos en algunas comunidades y el desarrollo turístico que cada una puede generar; esta resolución es algo lenta, frenando al mismo tiempo su desarrollo económico y social (Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, 2007).

Esta problemática afecta en distintos ámbitos a los habitantes generando una desvalorización del potencial turístico de la zona y los posibles aportes a la economía local, a la práctica social de la parroquia y al desconocimiento de la

riqueza turística por la falta de promoción y publicidad de este Gobierno Autónomo Descentralizado.

Por tanto, la interrogante de investigación es: ¿Cómo potenciar el turismo en la parroquia de Aloasí, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha?.

## **1.2. Justificación**

Con la reestructuración del Estado, para un buen manejo y redistribución de los recursos, se crean los Gobiernos Autónomos Descentralizados, que conllevan una planificación enfocada a los objetivos del Buen Vivir con una potencialización y cambio de la matriz productiva enfocada a la generación de servicios, en este caso el turismo, que con las herramientas necesarias de promoción y publicidad podrá consolidar a Ecuador como destino turístico de importancia (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, 2017).

Ecuador no ha sido un agente extraño al cambio del turismo por lo cual se complementa con otros documentos oficiales como el Plan Nacional para el Buen Vivir en donde se establece como eje principal un sistema social equitativo y sostenible; con la descentralización y desconcentración en el territorio ecuatoriano; la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo determina que cada zona, circuito y distrito estará a cargo de la promoción turística en cada uno de sus territorios (SENPLADES, 2012).

Al diseñar las estrategias de promoción y publicidad turísticas para la parroquia de Aloasí se busca rescatar los atractivos turísticos tanto naturales como culturales, que a lo largo del tiempo se han ido olvidando o no se tiene conocimiento de la existencia de los mismos; esto se debe a la falta de apropiación de la población y a deficiente promoción y difusión del lugar; estas estrategias serán de gran beneficio para la sociedad tanto de la parroquia como de sus alrededores, dando a conocer los atractivos turísticos existentes, obteniendo un desarrollo en el ámbito social, cultural y en lo económico a través del turismo como elemento dinamizador de su territorio.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. General**

Diseñar estrategias de promoción y publicidad turística de Aloasí, como principal herramienta para la correcta difusión del turismo en el sector.

#### **1.3.2. Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia de Aloasí, para conocer el desarrollo del turismo en el sector.
- Definir la metodología e instrumentos de recolección de información a utilizarse en el presente trabajo.
- Establecer una propuesta de estrategias de promoción y publicidad turística acorde a las necesidades de la parroquia.

## CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

### GENERALIDADES

#### 2.1. Ubicación

##### 2.1.1. Político – Administrativo

La parroquia de Aloasí está situada a treinta y cinco kilómetros de Quito en las faldas del monte Corazón, del centro de Machachi al centro de Aloasí y viceversa existen dos kilómetro y mil seiscientos metros hasta la estación de tren San Javier (GAD Parroquia de Aloasí, 2016, pág. 7).

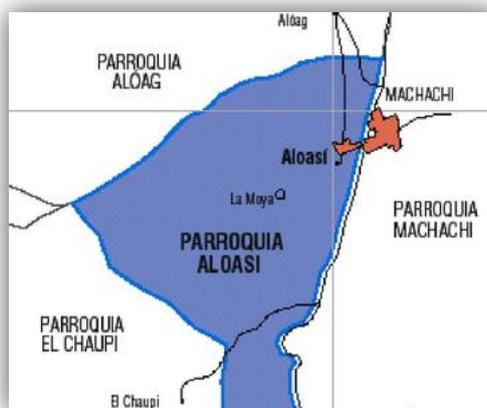
Los límites de la parroquia de Aloasí políticamente son:

**Norte:** Parroquia Alóag

**Sur:** Parroquia El Chaupi

**Este:** Cabecera cantonal Machachi

**Oeste:** Parroquias Alóag y El Chaupi (GAD Parroquia de Aloasí, 2016, pág. 7).



**Figura N°1** Límites de la parroquia de Aloasí  
**Fuente:** Infraestructura de Datos Espaciales Cantón Mejía, 2013

##### 2.1.2. Zona de Planificación SENPLADES

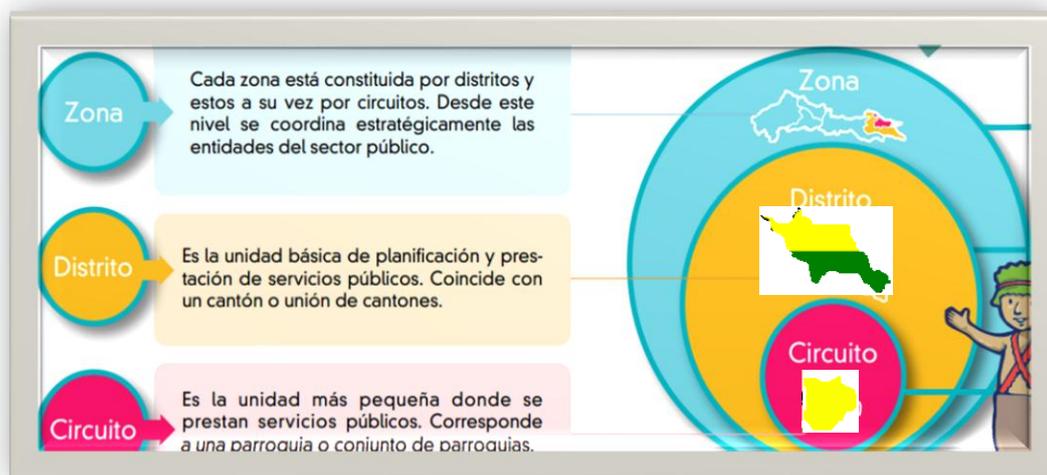
Para gestionar servicios estatales eficientes a la ciudadanía, la Secretaría de Planificación y Desarrollo, SENPLADES, ha establecido niveles de planificación territorial, a consecuencia de esto se menciona que la parroquia de Aloasí pertenece a:

**Zona:** Zona 2, compuesta por Pichincha, Napo y Orellana

**Distrito:** Cantón Mejía

**Circuito:** Parroquia de Aloasí

(SENPLADES, 2012, pág. 10).



**Figura N°2** Niveles de planificación zonales

**Fuente:** SENPLADES, 2012, págs. 12,13

## 2.2. Piso climático y temperatura promedio

La parroquia de Aloasí abarca pisos climáticos propios de la región interandina, pero predomina en éste, el clima del páramo andino, abarcando los meses más cálidos en agosto, septiembre, octubre y los meses más fríos en noviembre, diciembre y enero (GAD Parroquia de Aloasí, 2016, pág. 8).

**Tabla N°1** Temperatura Promedio de Aloasí  
**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 8  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

MINIMA	1.8 °C
MAXIMA	21.5 °C
PROMEDIO	11.9 °C

## 2.3. Flora y fauna característica

**Tabla N° 2 Flora y fauna característica**  
Elaborado por: Fernando Gualoto

FLORA		FAUNA	
N. COMÚN	N. CIENTÍFICO	N. COMÚN	N. CIENTÍFICO
Oca	<i>Oxalis tuberosa</i>	Sacha cuy	<i>Stictomys taczanawskii</i>
Achicoria de páramo	<i>Hypochaeris sesiliflora</i>	Zorro	<i>Dilelphys marsupiales</i>
Mashua	<i>Tropaeolum tuberosum</i>	Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Melloco	<i>Ullcus tuberosus</i>	Curiqueque	<i>Phalcooboenus carunculatus</i>
Ashpa chocho	<i>Lupinus pubescens</i>	Conejo de páramo	<i>Sylvilagus brassilensis</i>
Mora andina	<i>Rubis adenotrichus</i>	Pato punteado	<i>Anas flavirostris</i>
Capulí	<i>Prunus serótina</i>	Raposa	<i>Maranosa robinsoni</i>
Quishuar	<i>Buddleia incana</i>	Colibrí	<i>Coeligena sp</i>
Cachos de venado	<i>Halenia weddeliana</i>	Lobo de páramo	<i>Pcudalopex culpaeus</i>
Chuquirahua	<i>Chuquirahua jussieui</i>	Gaviota andina	<i>Larus serranus</i>
Mortiño	<i>Vaccinum floribundum</i>	Chucuri	<i>Mustela frenata</i>

## DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ENTORNO

### 2.4. Aspecto económico

#### 2.4.1. Actividad productiva de la parroquia de Aloasí

**Tabla N° 3 Actividades Productivas**  
Fuente: GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 16

Elaborado por: Dirección de Desarrollo Comunitario, GAD de Pichincha

Actividad	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1335	31
Explotación de minas y canteras	11	0
Industrias manufactureras	560	13
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	10	0
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	15	0
Construcción	230	5
Comercio al por mayor y menor	504	12
Transporte y almacenamiento	321	7
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	124	3
Información y comunicación	33	1
Actividades financieras y de seguros	14	0
Actividades inmobiliarias	1	0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	51	1
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	113	3
Administración pública y defensa	132	3
Enseñanza	98	2
Actividades de la atención de la salud humana	60	1
Artes, entretenimiento y recreación	17	0
Otras actividades de servicios	57	1
Actividades de los hogares como empleadores	144	3
No declarado	372	9
Trabajador nuevo	114	3
<b>Total</b>	<b>4316</b>	<b>100</b>

**INTERPRETACIÓN:** Se observa que la mayor parte de la parroquia se dedica a actividades agropecuarias, especialmente a la producción de alimentos y leche, representada este en 1335 casos es decir el 31 % de las actividades desarrolladas. Al mismo tiempo se denota que el turismo no se encuentra consolidada en la parroquia porque sus únicos servicios declarados son las actividades de alojamiento y de alimentos y bebidas representadas con 124 casos en un porcentaje del 3% es decir un porcentaje mínimo de la población se dedicada al turismo en la parroquia de Aloasí.

## 2.5. Aspecto social y cultural

### 2.5.1. Hitos históricos importantes

**Tabla N° 4** Hitos Históricos de Aloasí  
**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 2  
**Elaborado por:** GAD Parroquia de Aloasí

AÑO	HITO	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO	OBSERVACIONES
1568	Fundación eclesiástica de la parroquia	Se realizó con el nombre de Santa Ana de Aloasí, crea identidad en la población	División Territorial	26 de Julio, se realizó el primer matrimonio eclesiástico
1861	Fundación civil Aloasí	Reconocimiento por el Estado y se establece una estructura administrativa parroquial	Poca experiencia de los funcionarios sobre procesos administrativos	Dr. Gabriel García Moreno, ley expedida el 29 de mayo
1900	Ampliación de la vía principal desde panamericana hacia el poblado	Facilitó la comunicación y el transporte de productos hacia los centros de mercadeo	Conflictos con la comunidad por la apertura de la vía y la afectación de tierras	
1908	Tren llega a la parroquia	Facilitó la comunicación y transportación de productos hacia los centros de mercadeo		
1910	Captación y disponibilidad del agua de riego para toda la parroquia	Aprovechamiento de los terrenos secos, permitiendo que la actividad agrícola sea más permanente	Conflictos por el acceso al agua	
1985	Definición de escombrera cantonal Gobierno	Recolección de desechos sólidos	basura sin adecuado tratamiento	Hcda. Genoveva Germán
1987	Nacional aprobó la ordenanza de delimitación de las zonas urbanas y rurales del cantón Mejía	Definición de espacios y delimitación de la frontera agrícola.	Desconocimiento de la comunidad por esta ordenanza. Lucha territorial.	21 de mayo

### **2.5.2. Grupos étnicos**

De acuerdo al último censo del INEC de 2010 en la parroquia Aloasí, la mayor parte de la población se considera mestiza con un 86.61%, existe un 9,32% de indígenas y un mínimo porcentaje de población afro descendiente, blanca, negro, mulato y otros.

## **2.6. Aspecto ambiental**

### **2.6.1. Problemática de contaminación**

Dentro de las principales problemáticas en cuanto a la contaminación de los recursos naturales de la parroquia de Aloasí, son principalmente causados por la intervención del hombre en la naturaleza; teniendo como principales problemas:

- Reducción de áreas naturales y páramos en las partes de altas montañas y por consecuencia en las cuencas, se evidencia presencia de ganado y cambios climáticos que han provocado la disminución constante en los caudales de las micro cuencas.
- Mal uso de agroquímicos y fertilizantes para la actividad agropecuaria, provocando una producción de desechos, sólidos, líquidos y emisiones de gases, por parte de la comunidad y del sector industrial contaminando las fuentes hídricas poniendo en riesgo la provisión actual y futura del recurso hídrico para la parroquia (GAD Parroquia de Aloasí, 2016, pág. 79).

### **2.6.2. Proyectos de recuperación ambiental**

Dentro de los proyectos se destaca la recuperación de la cobertura vegetal, y el tratamiento hídrico de la parroquia, Aloasí tiene dos principales proyectos:

- “La parroquia de Aloasí junto al Gobierno Provincial, EMAPQ y el Municipio del Cantón Mejía, actualmente se encuentran en una campaña masiva para sembrar árboles nativos como son: el aliso, pumamaqui, arrayan, yagual, en quebradas y en el páramo del Cerro el Corazón” (GAD Parroquia de Aloasí, 2016, pág. 27).
- Dentro de la parroquia existe la utilización de los pozos sépticos, pero lastimosamente sin los debidos procesos adecuados de saneamiento, es por eso que una de las principales obras es la construcción del Relleno Sanitario

del Cantón Mejía ubicado en el sector de Romerillos de Pucara a cargo del comité de obras públicas de la parroquia de Aloasí

**Tabla N° 5** Proyectos que se ejecutan en la Parroquia Aloasí

**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 27

**Elaborado por:** Recorrido de campo agosto 2010, talleres participativos, mesas temáticas

Nombre Quebrada Cuerpo Hídrico	PROYECTOS		
	Acciones o Estrategias	Avance	Actores Involucrados
Quebrada El Soltero	Planta de tratamiento	Planificación de estudios	Gobierno Parroquial, Municipio de Mejía
Río Jambelí	Revegetación de taludes	15 %	Gobierno Parroquial, CODECAME
Cerro El Corazón	Reforestación	Estudios	Gobierno Parroquial, Consejo Provincial, Junta administradora de aguas de barrios occidentales.
Santa Ana	Cambio tuberías	En proceso contratación	Municipio Mejía

## DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO

### 2.7. Superestructura turística

#### 2.7.1. Ministerio de turismo

Como se evidencia en el Anexo 1, pág. 86 se encuentra el organigrama institucional del Ministerio de Turismo.

#### 2.7.2. Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mejía

En el Anexo 2, pág. 87 se observa el organigrama del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Mejía.

#### 2.7.3. Gobierno Autónomo Descentralizado Junta Parroquial Aloasí

Como se evidencia en el Anexo 3, pág. 88 el organigrama de la parroquia de Aloasí.

### 2.8. Infraestructura turística

#### 2.8.1. Servicio de energía

Se ha evidenciado que dentro de las barrios existentes en la parroquia de Aloasí, todos cuentan con servicio de energía eléctrica, más del 50% de barrios tienen un 100% y 80% de este servicio, el mínimo rango de barrios que poseen servicio de energía eléctrica se encuentra entre el 30% y 70% correspondientes a los barrios de El Falcón, La Esperanza, La Moya y San Luis, Potrerros Altos y

Umbría; siendo el último barrio el que posee el mínimo porcentaje de servicio de energía eléctrica con un 30%.

### **2.8.2. Servicio de agua**

Según el último censo del INEC en el año 2010, de los 2499 casos registrados afirmaron que se abastecen de agua de la red pública 2158 casos, seguido de agua de río, acequia o canal 279 casos, abastecidos por agua de pozo 25 casos, y finalmente otros (Agua de lluvia/albarrada) 3 casos; denotando que dentro de la parroquia existen diversas formas de obtención y abastecimiento de agua, sin embargo se debe cuestionar su consumo.

### **2.8.3. Vialidad**

Como eje principal de la parroquia de Aloasí se encuentra la Panamericana Sur (E35), permite el acceso de norte a sur o viceversa dentro de la Región Andina, en la actualidad esta vía se encuentra en buen estado y con señalización debidamente identificada.

En cuanto a la situación actual del sistema de vías secundarias en la parroquia, se tienen un aproximado de 12,22 km de vías, de las cuales el 30 % se encuentran revestidas con adoquín y piedra, 50%, son vías en tierra y el 20% son caminos de herradura (GAD Parroquia de Aloasí, 2016, págs. 121-122).

## **2.9. Planta turística**

Se entiende por Planta Turística a las facilidades y servicios turísticos directos al pasajero permitiéndole disfrutar de los atractivos turísticos. Este elemento también es conocido como la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar” (Quesada, 2010, pág. 188).

### **2.9.1. Alojamiento**

“Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios” (Gobierno Nacional del Ecuador, 2002, pág. 1).

Se ha evidenciado mediante las visitas de campo que el servicio de alojamiento existente en la parte céntrica de la parroquia de Aloasí como hostales son deficientes, el turista no tiene un lugar debidamente adecuado para que pueda descansar, algunas ocasiones estos lugares están sucios, descuidados, sin pintar e inclusive el personal no se encuentra capacitado en competencias como: atención al cliente e idiomas, lo que hace que la estadía de los turistas no sea agradable, perjudicando el turismo que se puede presentar en la zona.

Por el contrario los establecimientos de alojamiento como hosterías privadas que se ubican en las partes menos pobladas de la parroquia, estas se encuentran en muy buen estado, las mismas que ofrecen un adecuado servicio al turista y diferentes actividades de recreación, pero con un costo elevado para turistas nacionales, haciendo que sean visitados solo por turistas extranjeros.

**Tabla N° 6** Alojamientos en la parroquia Aloasí  
**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

NOMBRE	CATEGORÍA	CONTACTO
UMBRIA GOURMET	Hostería	Lorena de Campo 0994666725
SIERRA LOMA LODGE	Lodge	Jorge Cruz 0984580610
PUERTA AL CORAZÓN	Hostal	Rocío Sandoval 2309858
HOSTERÍA PAPAGAYO	Hostería	Eran Hayoun 0980448812
HOSTERÍA LA ESTACIÓN Y LA GRANJA	Hostería	Gladys Revelo 2309246

### 2.9.2. Transporte

Existen dos cooperativas de buses inter cantonales como: Mejía y Carlos Brito que ofrecen sus servicios desde Quito hacia Machachi; en donde se debe realizar un transbordo al transporte urbano de la parroquia de Aloasí que es la cooperativa Machacheñas, dicha cooperativa ofrece un servicio de baja calidad, debido a que estos buses se encuentran en mal estado, muchas de las veces sucios, descuidados esto se debe a que se transporta gente y también productos agrícolas por parte de agricultores.

### 2.9.3. Alimentación

Algunos establecimientos de alimentación existentes en la parroquia de Aloasí cumplen con los requerimientos solicitados por el turista mientras que otros no lo hacen, algunos de estos restaurantes como: “Restaurante Casa y Campo y El buen sabor” ofrecen comida típica del lugar, además de que estos poseen servicio de estacionamiento e incluso el personal se encuentra capacitado en primeros auxilios.

**Tabla N° 7** Lugares de alimentación en la parroquia de Aloasí

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

NOMBRE	CATEGORÍA	CONTACTO
RESTAURANTE CASA Y CAMPO	Restaurante	Rosa Chiluisa 0983264541
EL BUEN SABOR	Restaurante	Yolanda Yáñez 0983498933

### 2.9.4. Operación turística

Dentro de la operación turística tenemos guianza y operación o programación:

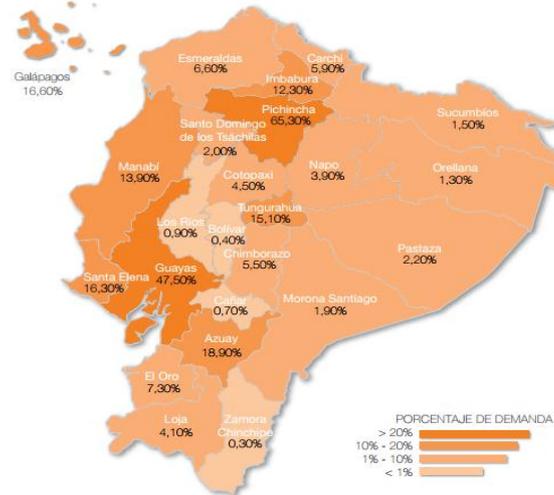
Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y procurar una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado (Gobierno Nacional del Ecuador, 2002, pág. 28).

Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros (Gobierno Nacional del Ecuador, 2002, pág. 20).

Así mismo se ha constatado que no existen agencias turísticas en la parroquia de Aloasí, empresas privadas como Hostería La Granja ofrece a los turistas servicio de trekking al volcán El Corazón, Tren Ecuador oferta la visita a la estación de Machachi, siendo las únicas empresas que ofrecen una operación turística dentro de la parroquia.

### 2.9.5. Demanda y oferta turística

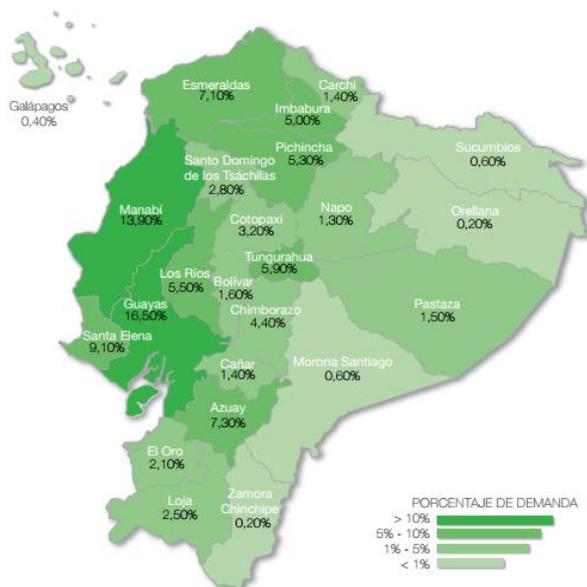
#### Demanda de turistas extranjeros



**Figura N°3** Concentración de demanda extranjera  
**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2016, pág. 13)

Dentro de porcentajes a nivel internacional se ha observado que la provincia de Pichincha es la que posee la mayor demanda de turistas extranjeros con 65,30%, los mismos que tienen un gasto estimado de “1000 dólares y una estadía promedio de 14 días por turista” (Ministerio de Turismo, 2016, pág. 13), esto ha dado una clara idea de que la parroquia de Aloasí al encontrarse en esta provincia tiene grandes oportunidades de darse a conocer y aumentar los ingresos con la llegada de turistas extranjeros.

#### Demanda de turistas nacionales



**Figura N°4** Concentración de demanda nacional  
**Fuente:** (Ministerio de Turismo, 2016, pág. 13)

En cuanto a la demanda de turistas nacionales el panorama es menos alentador, Pichincha ocupa el quinto puesto a nivel nacional con 5,30%, las provincias más solicitadas son las que se encuentran en las zonas costeras, “dando un gasto estimado de 94 dólares y 3 noches de estancia por turista” (Ministerio de Turismo, 2016, pág. 13).

### **Oferta por parte de la parroquia**

Dentro de la parroquia de Aloasí se ha evidenciado que existe una oferta turística pero no consolidada ni promocionada, la principal atracción ofertada a los turistas a nivel nacional es el Volcán El Corazón, mientras que a turistas extranjeros mediante la empresa Tren Ecuador ofrece el recorrido en el tren turístico, y la danza preparada para ellos, una vez dentro de la parroquia existen otros tipos de ofertas que son manejados por las hosterías privadas como es la visita al bosque Cumbiteo (Umbría), visita a la granja y los animales mediante un recorrido en cuadrones, bicicletas o caballos.

### **2.9.6. Atractivos turísticos**

“Los atractivos turísticos son los recursos que genera el desplazamiento de los turistas desde su lugar de origen, cuentan con actividades y equipamiento para la satisfacción del turista“(Cuaderno de diseño de circuitos, 2016).

Asimismo los atractivos se jerarquizan para identificar la importancia dentro del desarrollo turístico, y se tiene la siguiente clasificación:

**Tabla N° 8** Jerarquización de los Atractivos Turísticos

**Fuente:** Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA , 2016

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>Jerarquización de los Atractivos Turísticos</b>	
1 a 25 puntos	Jerarquía I
26 a 50 puntos	Jerarquía II
51 a 75 puntos	Jerarquía III
76 a 100 puntos	Jerarquía IV

**Jerarquía IV:** Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

**Jerarquía III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**Jerarquía II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

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

(Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA, 2016).

## **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA**

### **3.1. Descripción general**

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación se utilizó una investigación mixta. “La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas; produce datos descriptivos: las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable” (Blasco & Pérez, 2007).

Al mismo tiempo esta presenta un proceso cuantitativo a través del uso de instrumentos de recolección de datos como encuestas para obtener datos estadísticos, entrevistas realizadas al teniente político y a la presidenta de la parroquia Aloasí por ser expertos en el tema y observación de campo con la elaboración de las respectivas fichas de levantamiento de atractivos utilizadas por la Organización de Estados Americanos (OEA).

### **3.2. Métodos**

#### **3.2.1. Método inductivo**

“Este método consiste en utilizar razonamientos para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación tiene carácter general” (Guzman, 2006). Aplicado en el análisis e interpretación de resultados de las encuestas y entrevistas formuladas a los pobladores de la zona además de los dos expertos en el tema.

#### **3.2.2. Método descriptivo**

“El método descriptivo interpreta realidades de hechos. Incluye descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos” (Martinez, 2010). El objetivo de utilizar este método es el de profundizar los conocimientos e información obtenida por el material bibliográfico, en documentos, textos, libros y páginas web relacionadas al tema de investigación.

### **3.3. Instrumento de recolección de datos**

#### **3.3.1. Encuesta**

La encuesta es un conjunto de preguntas que van dirigidas a una muestra dentro de una población cuyo objetivo es saber su opinión. En este caso estuvo dirigida a pobladores del Aloasí. Se utilizó esta técnica que constó de 11 preguntas, distribuidas de la siguiente manera 4 preguntas cerradas, 1 pregunta abierta, 2 preguntas mixtas y 4 aleatorias o de opción múltiple. (Ver Anexo 4, pág. 88).

#### **3.3.2. Entrevista**

Este medio fue aplicado de forma verbal para obtener respuestas por medio de una entrevista personal. Constó de 10 preguntas que se aplicaron a expertos en el tema dentro del GAD parroquial. (Ver Anexo 5, pág. 89).

#### **3.3.3. Observación de campo**

La observación de campo permite constatar la información obtenida y conjuntamente ayuda a recopilar nueva información que es esencial para la investigación. Se utilizó esta técnica de investigación para la obtención de información de campo, mediante fichas de levantamiento de información según la OEA. (Ver Anexo 6, pág. 91).

### **3.4. Descripción del trabajo de campo**

Para el desarrollo del trabajo de campo se estableció una planificación con base a los instrumentos antes citados:

- **Encuesta:** Se desarrolló durante los días lunes a viernes de noviembre del 2017 a 360 habitantes de la parroquia según la fórmula empleada.
- **Observación de Campo:** La observación se realizó durante los días lunes a viernes de enero del 2018 ya que en esos momentos se evidenció personas en los atractivos.
- **Entrevista:** Aplicada al teniente político y a la presidenta el día lunes 13 de noviembre del 2017 en la mañana.

### 3.5. Universo y muestra

La población objeto de investigación consta de 3624 individuos, habitantes de Aloasí en el rango de 18 a más de 65 años según datos del INEC del Censo de 2010, para lo cual se ha utilizado la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra manteniendo constante en el nivel de confianza; donde:

**N=** Número de habitantes (3624)

**p=** 0,50

**q=** 0,50

**E=** 0,05

**K=** 2

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right) + p * q}$$
$$n = \frac{3624 * 0,50 * 0,50}{(3624 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right) + 0,50 * 0,50}$$
$$n = \frac{3624 * 0,25}{(3623)(0,000625) + 0,25}$$
$$n = \frac{906}{2,264375 + 0,25}$$
$$n = \frac{906}{2,514375}$$
$$n = 360,32$$
$$n = 360$$

### 3.6. Procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron tabulados y procesados a través del sistema operativo de Windows y el programa Excel 2007, obteniendo datos porcentuales y promediales.

## CAPÍTULO 4. RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

### 4.1 Presentación gráfica de resultados

#### 4.1.1 Tabulación de las encuestas

Como herramienta de recolección de datos se utilizó las encuestas, que permitieron conocer opiniones de la población de Aloasí, permitiendo recopilar información vital para la investigación.

#### Información general: Edad

**Tabla N°9** Frecuencia de edad  
**Fuente:** Esta investigación  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

RANGOS DE EDAD		
18 - 20	86	25%
21 - 35	99	29%
36 - 50	79	21%
51 - 65	40	10%
66 en adelante	56	15%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** De la muestra tomada de la parroquia de Aloasí, se determina que el 29% de las personas encuestadas se encuentran en un rango de 21 a 35 años de edad, seguido de un 25% correspondiente a 18 a 20 años, un 21% en edad comprendida en el rango de 36 a 50 años, el 15% correspondiente a 66 años en adelante y un 10% que corresponde a 51 a 65 años de edad.

#### Información general: Género

De las 360 encuestas se determinó que el 53% corresponden al género masculino, seguido del 47% que corresponde al género femenino.

#### Información general: Ocupación

**Tabla N°10** Frecuencia de ocupación  
**Fuente:** Esta investigación  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

OCUPACIÓN		
Estudiante	107	31%
Agricultor	80	23%
Ganadero	32	8%
Comerciante	54	14%
Otros	87	24%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Se determina que en su mayoría son estudiantes universitarios con un 31%, seguido del 24% correspondiente a otros, el 23% corresponde a agricultores, un 14% determinado como comerciantes y un 8% dedicado a la actividad ganadera.

**Información general:** Nivel de educación

**Tabla N°11** Frecuencia de nivel de educación

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

NIVEL DE EDUCACIÓN		
Primaria	140	39%
Bachillerato	123	35%
Superior	68	18%
Masterado	7	2%
Doctorado	0	0%
No responde	22	6%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayoría de encuestados poseen una educación primaria con un 39%, el 35% Bachillerato, 18% cursó un nivel superior de educación, el 2% de los pobladores encuestados han realizado un masterado y el 6% no respondió a la pregunta.

**Pregunta 1 ¿Usted conoce lo que involucra el turismo?**

Del total de pobladores encuestados el 69% afirma conocer lo que involucra el turismo y el 31% desconocen lo que involucra el turismo.

**Pregunta 2 ¿Usted realiza o practica el turismo?**

El 56% afirman que practican el turismo, y el 44% niegan el practicar turismo. Las personas que respondieron de forma afirmativa a la pregunta, especifican que de manera equitativa practican turismo interno en su parroquia y fuera de la misma.

Las personas que contestaron que practicaban turismo fuera de la parroquia especifican los lugares a los que han visitado los mismos que se han dividido para su mejor comprensión en regiones.

**Tabla N°12** Lugares de turismo a visitar fuera de la parroquia

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>Costa</b>	<b>45%</b>
<b>Sierra</b>	<b>49%</b>
<b>Oriente</b>	<b>6%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** De las personas que contestaron que realizan turismo fuera de la parroquia, el 49% lo hace en la Sierra en lugares como Quito, Baños, Imbabura, Cañar, Chimborazo, 45% lo realiza en la Costa en lugares como Esmeraldas, Manta, Guayaquil, Santa Elena, el 6% afirma que realiza turismo en el Oriente en lugares como Tena, Morona Santiago y Puyo.

### **Pregunta 3 ¿Conoce algún atractivo turístico en la parroquia de Aloasí?**

**Tabla N°13** Atractivos turísticos de Aloasí

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS DE ALOASÍ</b>	
<b>Estación del tren</b>	<b>28%</b>
<b>Santuario de la Virgen de los Dolores</b>	<b>28%</b>
<b>Hacienda Cayetano</b>	<b>16%</b>
<b>Volcán El Corazón</b>	<b>22%</b>
<b>Bosque y Santuario de flora y fauna Cumbiteo (Umbría)</b>	<b>6%</b>
<b>Otros</b>	<b>0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Del total de la muestra, existe una equidad con un 28% de los atractivos más conocidos que son la Estación del tren y el Santuario de la Virgen de los Dolores, seguido con un 22% por el volcán El corazón, en tercer lugar se encuentra la Hacienda Cayetano con un 16% y el Bosque y Santuario de flora y fauna Cumbiteo ubicado en el sector de Umbría, con un 6%.

### **Pregunta 4 ¿Recomendaría visitar estos atractivos turísticos?**

Del total de personas encuestadas el 99% recomendaría visitar estos atractivos, seguido del 1% que afirma que no recomendaría la visita a los atractivos turísticos.

**Pregunta 5 ¿En qué estado cree usted que se encuentra los atractivos de esta parroquia?**

De las personas encuestadas el 81% afirman que los atractivos turísticos se encuentran conservados, mientras que el 19% considera que los atractivos turísticos se encuentran deteriorados.

**Pregunta 6 ¿Según su criterio que se debería implementar para mejorar la visita a los atractivos?**

**Tabla N°14** Implementación para la visita a los atractivos

Fuente: Esta investigación

Elaborado por: Fernando Gualoto

IMPLEMENTACIÓN PARA LA VISITA A LOS ATRACTIVOS		
Superestructura Turística	182	52%
Planta Turística	68	18%
Infraestructura Turística	79	22%
No responde	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** El 52% de los encuestados concuerdan que debe existir mayor apoyo en la superestructura, el 22% opina que se debe implementar una infraestructura turística incluyendo el mejoramiento en servicios básicos, conservación y mejoramiento en vías de acceso a la parroquia, el 18% del total de encuestados determinan considera la implementación de agencias de viaje y guías nativos para el turista y el 8% de las personas encuestadas no responde acerca de la implementación para la mejora a los atractivos turísticos.

**Pregunta 7 ¿En qué estado se encuentra la planta turística de la parroquia?**

**Alojamiento:**

**Tabla N°15** Estado del Alojamiento

Fuente: Esta investigación

Elaborado por: Fernando Gualoto

ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (ALOJAMIENTO)		
Muy bueno	2	1%
Bueno	254	69%
Malo	5	1%
No responde	99	29%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>71%</b>

**Interpretación:** El 69% de las personas encuestadas considera que el estado del Alojamiento en la parroquia es bueno, 29% de personas no responden debido a que no conocen el servicio por dentro de los lugares de alojamiento, el 1% consideran que el alojamiento posee y no poseen las condiciones necesarias para el turista.

### Alimentación:

**Tabla N°16** Estado de lugares de alimentación

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (ALIMENTACION)</b>		
<b>Muy bueno</b>	5	1%
<b>Bueno</b>	327	95%
<b>Malo</b>	16	4%
<b>No responde</b>	12	29%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** El 92% de las encuestas opina que los lugares de alimentación reúnen las condiciones necesarias, seguido del 4% que considera que estos lugares son malos, 3% no responde la pregunta y el 1% afirma que los lugares de alimentación son muy buenos.

### Transporte:

**Tabla N°17** Estado del transporte

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (TRANSPORTE)</b>		
<b>Muy bueno</b>	10	1%
<b>Bueno</b>	291	95%
<b>Malo</b>	41	4%
<b>No responde</b>	18	29%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** El 82% afirma que el transporte en la parroquia satisface la necesidad de los pobladores, el 11% que opina el transporte es muy deficiente, el 5% no responde a la pregunta y un 2% responde que el transporte de la parroquia cubre por completo las demandas de los pobladores.

## Actividades complementarias:

**Tabla N°18** Estado de actividades complementarias

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS)</b>		
<b>Muy bueno</b>	35	9%
<b>Bueno</b>	145	41%
<b>Malo</b>	9	2%
<b>No responde</b>	171	48%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Dentro de actividades complementarias se encuentra el alquiler de caballos, bicicletas, cuadrones entre otros, un 48% no responde debido a que muchas de ellas nunca han usado un servicio complementario, el 41% opina que estos servicios son buenos, el 9% afirma que son muy buenos y un 2% determina que son malos.

## Pregunta 8 ¿Cree que el Gobierno Central ayuda al desarrollo y promoción de la actividad turística en Aloasí?

El 84% de personas encuestadas afirman que no existe un apoyo por parte del Gobierno Central y el 16% opina que si existe un apoyo del gobierno central hacia la parroquia de Aloasí. Las personas que respondieron que el Gobierno Central si ayuda en la actividad turística en Aloasí, detallan el tipo de ayuda observada.

**Tabla N°19** Forma de ayuda del Gobierno

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>FORMA DE AYUDA DEL GOBIERNO CENTRAL</b>		
<b>Vallas publicitarias</b>	10	16%
<b>Servicios básicos</b>	23	38%
<b>Mantenimiento de vías</b>	11	18%
<b>No responde</b>	17	28%
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** El 38% piensa que existe la ayuda con el mantenimiento en los servicios básicos, 28% no responde, el 18% afirma que ayudan con un

mantenimiento en las vías existentes y el 16% responde que existe ayuda con la implementación de algunas vallas publicitarias.

**Pregunta 9 ¿Conoce usted si existe material promocional turístico de la parroquia?**

El 91% de las personas encuestadas no conoce material promocional turístico de la parroquia y el 9% afirma que si ha visto material promocional de turismo en Aloasí.

**Pregunta 10 Si su respuesta fue “sí”, ¿qué tipo de material promocional turístico conoce?**

**Tabla N°20** Tipos de material promocional existente  
**Fuente:** Esta investigación  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

TIPOS DE MATERIAL PROMOCIONAL EXISTENTE		
Trípticos (Información escrita)	14	42%
Vallas publicitarias (Carteleras)	16	49%
Página Web (Internet)	3	9%
Blog	0	0%
Redes Sociales (Facebook)	0	0%
Material Audiovisual	0	0%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** El 49% considera que existen vallas publicitarias o conocidas como carteleras para la promoción turística, el 42% que conoce la existencia de trípticos y el 9% ha observado algún tipo de información en Internet.

**Pregunta 11. A consideración, ¿cuál sería la herramienta publicitaria ideal para la promoción turística de la parroquia?**

**Tabla N°21** Forma ideal de publicidad

**Fuente:** Esta investigación

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>HERRAMIENTA PUBLICITARIA IDEAL</b>	
Trípticos (Información escrita)	14%
Vallas publicitarias (Carteleras)	16%
Página Web (Internet)	33%
Blog	9%
Redes Sociales (Facebook)	17%
Material Audiovisual	8%
Otros	3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Del total de personas encuestadas el 35% opina que la mejor herramienta publicitaria es una página web (Internet) debido a que este tipo de herramienta puede ser vista por personas en todo el mundo, El 17% indica que red social como facebook, en tercer lugar con el 16% piensa que la mejor forma son las vallas publicitarias, el 14% afirma que el tríptico es una buena forma de promocionar a la parroquia, el 8% considera que el material audiovisual ayudaría a promocionar de mejor manera el turismo y un 3% opina que se deben implementar otras formas de promoción turística como promoción en radio y televisión.

## 4.2 Análisis e interpretación de resultados

### 4.2.1 Levantamiento de fichas

### 4.2.2 Ficha de núcleo poblacional

<b>FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL</b>			
<b>1. LOCALIDAD</b> PARROQUIA ALOASÍ	<b>2. FICHA N:</b> 01	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. ACCESO</b> <b>5. Desde</b> QUITO	<b>6. Vía, tipo y estado</b> PRIMER ORDEN, BUENO	<b>7. tiempo y medio de transporte</b> 45 MIN, AUTOMÓVIL, BUS	

### 8. BREVE DESCRIPCIÓN

Los primeros habitantes en esta zona antes de la época pre hispánica y pre incaica fueron la cultura de los panzaleos, una cultura caracterizada especialmente por el detalle en su cerámica.

Con la aparición de los kitus karas se realizaron alianzas entre los dos pueblos prevaleciendo hasta la actualidad las raíces de estos pueblos milenarios.

Este pueblo indígena está presente en la parroquia de Aloasí, tienen como eje productivo la agricultura, producción que se la realiza tanto para el consumo propio de sus comunidades y como para el mercado nacional e internacional; la primera es una agricultura extensiva encaminada tanto a satisfacer sus necesidades propias como para llegar al mercado interprovincial, entre los productos destinados a este proceso están: maíz, hortalizas, papas, cereales, aguacate y otras frutas. En cambio la producción florícola realizada intensivamente, está destinada al mercado nacional y especialmente al mercado internacional.

Estas actividades son complementadas con labores ganaderas y artesanales que complementan el ingreso económico de las familias que son parte de este pueblo.

Otras actividades que permiten la obtención de ingresos son las ventas ambulantes y la migración nacional e internacional.

### 9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS

Dentro de los principales recursos son ganaderos y agrícolas como: Papa, Oca, Tomate de árbol, Melloco, Ashpa chocho, Taxo. Capulí, Sábila, Higo, Quinoa y como principales atractivos turísticos se encuentran: Volcán El Corazón, Estación del Tren de Machachi, Bosque y Santuario de Flora y Fauna Cumbiteo (Umbría), Santuario de la Virgen de los Dolores

Categoría	Tipo	Subtipo
R. Naturales	Montaña Bosques	Volcanes Páramo
R. Culturales	Lugares Históricos Lugares Históricos Históricos	Arquitectura Religiosa Arquitectura Civil Fiestas Religiosas
R. Etnográficos		
Realizaciones Técnicas	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones Agropecuarias
Realizaciones Programadas	Acontecimientos Programados	Artísticos

### 10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES

- Transporte públicos SI
- Gasolineras NO
- Teléfono Publico SI
- Oficina bancaria SI
- Cajero NO
- Centro de salud NO
- Primeros auxilios NO
- Farmacia SI
- Seguridad NO
- Centros escolares SI
- Centros culturales NO
- Centros deportivos SI
- Espacios recreativos SI
- Otros NO

### 11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO

Alojamiento	N° 5	Tipo Hostales
Restaurantes	N° 2	Tipo Restaurantes
Otros lugares de comida	N° NO	Tipo NO
Empresas de actividades recreativas	N° NO	Tipo NO
Empresas receptivo	N° NO	Tipo NO
Otros	N° NO	Tipo NO

### 12. OFICINA ITUR MAS PROXIMA:

Fechas de apertura: Lunes - Sábado

Horários: 09:00 – 16:00 (Lun –Vier),

10:00 – 13:00 (Sáb)	
<b>13. PRINCIPALES PROBLEMAS</b>	
○ Señalización	NO
○ Accesos	NO
○ Información	SI
○ Conservación urbana	SI
○ Saneamiento	NO
○ Circulación	NO
○ Limpieza y recogida de basura	NO
○ Seguridad	SI
○ Otros	NO
<b>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>	
Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía (Mejía, 2017).	
<b>15. Realizado por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> Noviembre 2017

#### 4.2.3 Fichas de atractivos

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE:</b> ESTACIÓN DEL TREN DE MACHACHI	<b>2. FICHA N:</b> 01	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA:</b> MUSEOS Y MANIFESTACION ESCULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> LUGAR HISTÓRICO <b>SUBTIPO:</b> ARQUITECTURA CIVIL		
<b>6.UBICACION:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi, Barrio la Estación			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado Primer y segundo orden, bueno	<b>10 medio de acceso:</b> Automóvil 4x4 o 4x2	
<b>11 tiempo:</b> 55 min			
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> La estación del tren Aloasi en conjunto con las personas de la comunidad recibe a los turistas con un espectáculo de danza nacional, es la última parada en ruta turística en tren llamado Machachi Festivo, que parte a las 8:15 desde la estación de Chimbacalle, la ruta tiene una distancia de 40 km de recorrido y el tiempo es de 8 horas, se puede disfrutar de hermosos paisajes y la majestuosidad de los Andes. Este sendero le brindará al visitante la oportunidad de conocer aspectos relacionados con la ecología del páramo y del bosque andino, tomar contacto con especies vegetales nativas como el sacha capulí, piquil, tigrecillo, pucunero, pumamaqui, quishuar y los exóticos pinos plantados en 1928. Al final del sendero está El Boliche, una hondonada rodeada de vegetación nativa que le da el nombre a esta área protegida. Al llegar los visitantes en el Tren, tendrán la opción de realizar dicho recorrido partiendo desde el restaurante Nuna, donde son recibidos con una bebida caliente de cortesía; así una vez dadas las indicaciones del recorrido, se iniciará el tramo que dura aproximadamente 40 minutos, con un guía profesional de montaña, quien brindará a los excursionistas toda la experiencia de un recorrido por los bosques andinos y páramos de la zona.			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Valor histórico por su arquitectura Espectáculo de danza nacional			

<b>14. HORARIOS</b> 08:00 - 16:00	<b>15. PRECIOS</b> 39 – 44 USD (costo del pasaje del tren)	<b>16. PROPIETARIO:</b> FERROCARRILES DEL ECUADOR <b>17. PERSONA CONTACTO:</b> José Ricardo Peralta
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b> <b>Semana:</b> Nacionales y extranjeros, 10 - 50 años <b>Fin de semana:</b> Nacionales y extranjeros 10 - 50 años <b>Feriados Largos:</b> Nacionales y extranjeros 10 - 50 años <b>Vacaciones:</b> Nacionales y extranjeros 10 - 50 años		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b> TREN ECUADOR	<b>20 ACTIVIDAD</b> Ruta Andina	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Comida</li> <li>○ Alojamiento</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas auto guiadas</li> <li>○ Señalización para llegar</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos</li> <li>○ Seguridad y Mantenimiento</li> <li>○ Venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li>○ Folletos</li> <li>○ Teléfono público</li> <li>○ Pago con tarjetas de crédito</li> <li>○ Otros</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>NO</li> <li>NO</li> <li>NO</li> <li>SI</li> <li>NO</li> <li>NO</li> <li>SI</li> <li>NO</li> </ul>
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía (Mejía, 2017) (Ferrocarriles del Ecuador, 2017)		
<b>25. OBSERVACIONES</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> Noviembre 2017

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE:</b> SANTURARIO DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES	<b>2. FICHA N:</b> 02	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA:</b> MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> LUGARES HISTÓRICOS <b>SUBTIPO:</b> ARQUITECTURA RELIGIOSA		
<b>6.UBICACIÓN:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde:</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado Primer orden, bueno	<b>10 Medio de acceso</b> Automóvil, bus	<b>11 Tiempo</b> 50 min
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> La Edificación del templo de la localidad viene desde la época de la colonia cuando se organiza la administración doctrinaria con la creación de Parroquias Eclesiásticas a cargo de los misioneros. Quienes promovieron en villas y anejos, la construcción de oratorios y la			

<p>primera capilla estarían relacionados con la línea genérica en dirección oriente-occidente, como un rectángulo cerrado alto, con paredes de adobe, bareque y la cubierta de paja. Las erupciones del Pichincha en septiembre de 1575 y agosto de 1589 y también del Cotopaxi en 1877, dejaron secuelas y normas para futuros diseños de los templos. En el siglo XX y en la década de los cuarenta encontramos el entusiasmo del Párroco, doctor Víctor Aníbal Velasco que obtuvo la ayuda de planos elaborados por el Ing. Tufiño del IGM. Se formó un Comité Especial que recabó ayuda de la comunidad. La Iglesia se construyó un bloque de 75 metros de fondo por 12 de frente; constaba de tres naves con pilastras o columnas abultadas para espaciar los arcos y abrir la nave central que termina en bóvedas. En diferentes épocas se han ido completando el interior con 5 altares pequeños laterales, dos confesionarios, púlpito, oleografías. A través de la gestión de Monseñor Carlos Altamirano dilecto hijo de la Parroquia, en septiembre de 1997 se procedió al cambio total del retablo y consiguió que el templo sea declarado Santuario Mariano, con la colaboración del Padre Marcelo Chicaiza. Todo el primer bloque descansa en un mesón compacto. De frente semeja un lienzo con líneas horizontales con incrustaciones decorativas con ritmo sencillo, sobre el cual se asienta el gran retablo que se sobrepone en dos bloques estilo dórico y latino con inclinación a barroco, por la variedad de apliques. En el segundo bloque se destacan cuatro columnas laterales, que da robustez a las urnas de las imágenes: Las columnas con torneados, perfilados, circulares abajo y arriba, nacen sencillas y rectas terminando en soportes incrustados en capitales con horizontalidad. En el centro está el Sagrario, sobre el cual se destaca el dosel para la custodia. En este espacio hacia arriba junto a las columnas interiores existen dos planos de retablos alargados con adornos de relieve y de dulcificante enchapado con múltiples labrados. Las bases salen alternas para sustentar las cuatro columnas e iluminar los corredores de las urnas de arriba. Las columnas mantienen la misma simetría arquitectónica. La urna central se proyecta solemne con puntos resistentes en el arco, coronada con el símbolo eterno. Aquí reina la sagrada imagen de Nuestra Señora de los Dolores, en cuyo honor se ha difundido junto a su devoción, una plegaria con música del inspirado compositor Luis Estévez Calvachi. El altar es un conjunto solemne y majestuoso con recursos arquitectónicos, con sentido dórico – latino en escala y proporción bien definidas.</p>		
<p><b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b>          Uso litúrgico ceremonial, además de visitas y de observaciones de la arquitectura y obras de arte que posee el santuario</p>		
<p><b>14. HORARIOS</b>          Domingo (8-9 am)</p>	<p><b>15. PRECIOS</b>          Sin costo</p>	<p><b>16. PROPIETARIO:</b> Curia de la parroquia  <b>17. PERSONA CONTACTO:</b>          Curia de la parroquia</p>
<p><b>18. TIPO DE PUBLICO</b>  <b>Semana:</b> Nacionales de 4 - 60 años  <b>Fin de semana:</b> Nacionales de 4 - 60 años  <b>Feridos Largos:</b> Nacionales de 4 - 60 años  <b>Vacaciones:</b> Nacionales de 4 - 60 años</p>		
<p><b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b></p>	<p><b>20 ACTIVIDAD</b></p>	<p><b>21 CÓDIGO</b></p>
<p><b>22. SERVICIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento NO</li> <li>○ Comida NO</li> <li>○ Alojamiento NO</li> <li>○ Visitas guiadas NO</li> <li>○ Talleres NO</li> <li>○ Rutas auto guiadas NO</li> <li>○ Señalización para llegar SI</li> <li>○ Señalización interna NO</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura SI</li> <li>○ Servicios higiénicos NO</li> <li>○ Seguridad y Mantenimiento SI</li> <li>○ Venta de souvenir, información sobre el recurso NO</li> <li>○ Folletos NO</li> <li>○ Teléfono público NO</li> </ul>		



<b>18. TIPO DE PUBLICO</b> <b>Semana:</b> Nacionales, quito de 18 - 40 años <b>Fin de semana:</b> Nacionales, quito de 18 - 40 años <b>Feriados Largos:</b> Nacionales, quito de 18 - 40 años <b>Vacaciones:</b> Nacionales y extranjeros, 21 - 50 años		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
o Estacionamiento		SI
o Comida		SI
o Alojamiento		SI
o Visitas guiadas		SI
o Talleres		SI
o Rutas auto guiadas		NO
o Señalización para llegar		SI
o Señalización interna		SI
o Limpieza y recogida de basura		SI
o Servicios higiénicos		SI
o Seguridad y Mantenimiento		SI
o Venta de souvenir, información sobre el recurso		SI
o Folletos		SI
o Teléfono público		SI
o Pago con tarjetas de crédito		SI
o Otros (Alquiler de material para realizar actividades)		SI
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> (Hacienda Agri Cayetano, 2017) (Mejía, 2017) Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía		
<b>25. OBSERVACIONES</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> Noviembre 2017

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE:</b> VOLCÁN EL CORAZÓN	<b>2. FICHA N:</b> 04	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA</b> SITIOS NATURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> TIPO: MONTAÑA SUBTIPO: ALTA MONTAÑA		
<b>6.UBICACIÓN:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> Tercer orden	<b>10 Medio de acceso</b> Camionetas 4x4	<b>11 Tiempo</b> 1:30 min
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> El Corazón es un volcán inactivo pero los últimos estudios revelan actividad holocénica en los últimos 12.000 años. El volcán en sí es una caldera erosionada y abierta hacia el noroccidente, el cráter se ha convertido en un profundo barranco para formar el río Negro. Hacia el este del volcán se encuentra un pequeño cerro denominado la Moya a 3.522 m.s.n.m podría ser un cono de escorias adventicio. Importante resaltar la presencia de construcciones indígenas cercanas denominadas "pucarás" y que sirvieron como fuertes militares. En este lugar existen ruinas previas a la conquista española en las laderas del noreste, aun cuando están olvidadas aún deben ser investigadas en profundidad. Al sur de Quito puede encontrar este volcán, que deriva su nombre cuyo flanco occidental al ser visto de lejos parece un corazón.			

<p>El nombre de la montaña viene de las dos canales existentes en la ladera, las cuales vistas a distancia, parecen unirse para dar la forma de un corazón.          Esta montaña se encuentra ubicada a 62,2 kilómetros de Quito y 22,2 de Aloasi, Con una altura de 4.788. Posee una temperatura media anual de 12° C. Invierno: Noviembre-Febrero y Verano: Marzo-Octubre En lo que respecta a la flora en este se puede observar plantas tales como: gramíneas, pajonal, chilcas. Además asociaciones en almohadilla          En cuanto a la fauna de la zona, se encuentran zorros, raposas, conejos de monte, gaviota, curiquire, gavilanes, lechuzas, colibrí, murciélagos y chucuris, entre otros.</p>		
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b>		
Ascensión. escalada , caminatas		
<b>14. HORARIOS</b> Cualquier hora	<b>15. PRECIOS</b> Sin costo	<b>16. PROPIETARIO:</b> <b>17. PERSONA CONTACTO</b>
<b>18. TIPO DE PÚBLICO</b>		
Semana:		
Fin de semana: Nacionales y extranjeros, 18 - 25 años		
Feriados Largos: Nacionales y extranjeros, 18 - 25 años		
Vacaciones: Nacionales y extranjeros, 18 - 25 años		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas auto guiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Mantenimiento</li> <li><input type="radio"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono público</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> Otros</li> </ul>		NO NO NO NO NO NO NO NO NO NO NO NO NO SI SI NO NO NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
EXISTENCIA DE DESPERDICIOS EN MEDIO DEL CAMINO		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
(Mejía, 2017) Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía (Junta parroquial Aloasi, 2017)		
<b>25. OBSERVACIONES</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> Noviembre 2017

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE:</b> BOSQUE Y SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA CUMBITEO (UMBRIA)	<b>2. FICHA N:</b> 05	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA</b> SITIOS NATURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> BOSQUES <b>SUBTIPO:</b> PÁRAMO		

<b>6. UBICACIÓN:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi y el Chaupi, Umbría			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde</b> Quito	<b>9. Vía, tipo y estado:</b> Segundo y tercer orden, bueno	<b>10 Medio de acceso</b> Automóvil, bus	<b>11 Tiempo</b> 1:30 min
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<p>Es el último remanente de Bosque Nativo Alto Andino, se encuentran en el flanco oriental del Volcán Corazón, es un refugio para varias especies de mamíferos y aves andinas, se ejecuta un programa para contribuir a la protección de las fuentes de agua y biodiversidad a través de actividades de recreación, gracias a la gestión de la Fundación Ugshapamba y algunos propietarios del bosque, con el apoyo del Gobierno A.D., Municipalidad de Mejía. Universidad Tecnológica Equinoccial y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID.</p> <p>Este es un viejo bosque primario con plantas nativas que acoge al Ecoturismo en este sitio tan importante se ubica a 3000 msnm, y tiene una superficie de 17,4 km<sup>2</sup>, está en un barrio o sector que lleva el mismo nombre. Este se ubica en una hacienda que perteneció a Doña María Augusta Urrutia, quien recibió este lugar de su esposo Alfredo Escudero.</p> <p>Es un bosque donde se puede apreciar gran variedad de flora entre la que destacan hongos, helechos, musgos, orquídeas, broméleas, entre otras especies, dando paso a ser un sitio con gran potencial para el desarrollo de un turismo científico y recreacional.</p>			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b>			
Sendero dificultad media 45 min		Observación de flora y fauna	
Camping-alquiler de carpas		Mirador	
Ruta para downhill		Excursión	
Ciclismo turístico		Paseo en caballo	
<b>14. HORARIOS</b> 24 horas	<b>15. PRECIOS</b> Adultos: 1,50 Niños: 1,00	<b>16. PROPIETARIO:</b> Hugo Huto <b>17. PERSONA CONTACTO:</b> Hugo Huto	
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>			
<b>Semana:</b> No			
<b>Fin de semana:</b> Nacionales Y Extranjeros, 20 A 60 Años			
<b>Feridos Largos:</b> Nacionales Y Extranjeros, 20 A 60 Años			
<b>Vacaciones:</b> Nacionales Y Extranjeros, 20 A 60 Años			
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>	
<b>22. SERVICIOS</b>			
○ Estacionamiento		NO	
○ Comida		NO	
○ Alojamiento		NO	
○ Visitas guiadas		NO	
○ Talleres		NO	
○ Rutas auto guiadas		NO	
○ Señalización para llegar		NO	
○ Señalización interna		NO	
○ Limpieza y recogida de basura		NO	
○ Servicios higiénicos		NO	
○ Seguridad y Manteniendo		NO	
○ Venta de souvenir, información sobre el recurso		NO	
○ Folletos		SI	
○ Teléfono público		NO	
○ Pago con tarjetas de crédito		NO	
○ Otros		NO	
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>			
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>			
Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía (Mejía, 2017)			
<b>25. OBSERVACIONES</b>			
<b>6. Realizada Por:</b> Fernando Gualato		<b>Fecha:</b> Noviembre 2017	

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1. NOMBRE:</b> BANDA SANTA CECILIA DE ALOASÍ	<b>2. FICHA N:</b> 06	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA</b> MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> ETNOGRAFÍA <b>SUBTIPO:</b> MÚSICA Y DANZA		
<b>6. UBICACIÓN:</b> Calle principal de Aloasí, frente al parque central, edificio de la banda			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde</b>	<b>9. Vía, tipo y estado</b>	<b>10 Medio de acceso</b>	<b>11 Tiempo</b>
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> Es el nombre de la Banda de Músicos de la parroquia Aloasí, cuyo nacimiento data del año 1949. A inicios de la banda dos jóvenes se destacaron entre los cuarenta que asistieron para conformar el grupo: ellos fueron José Félix Guerrero y Valerio Cevallos. Al final la banda se conformó con veinte y cinco músicos. Su nombre responde al hallazgo de una imagen de Santa Cecilia en los predios de don Ernesto Albuja, por lo que figura como patrona de los músicos. La Banda adquirió popularidad en las décadas de los años 60 y 70s; era la preferida de las invitaciones en la costa, sierra y oriente, especialmente en el ciclo festivo desde navidad hasta carnaval. Ganó un concurso en Alóag en septiembre de 1961. La última renovación del instrumental se realizó hace seis años con la ayuda del Municipio de Mejía y el Párroco de aquel entonces Marcelo Chicaiza. Cabe destacar la presencia del Instructor Sr. Segundo Pallasco, quien por muchos años presta sus servicios abnegadamente y con la satisfacción de haber formado decenas de nuevos músicos que han sustentado la vida de esta querida Banda.			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b> PRESENTACIONES ARTISTICAS EN EVENTOS PROGRAMADOS			
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b> 100 – 120 USD	<b>16. PROPIETARIO</b> Marcelo Betancourt	<b>17. PERSONA CONTACTO</b> Marcelo Betancourt
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b> Semana NO Fin de semana NO Feriados Largos Nacionales y extranjeros Vacaciones Nacionales y extranjeros			
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>	
<b>22. SERVICIOS</b>			
○ Estacionamiento		NO	
○ Comida		NO	
○ Alojamiento		NO	
○ Visitas guiadas		NO	
○ Talleres		NO	
○ Rutas auto guiadas		NO	
○ Señalización para llegar		NO	
○ Señalización interna		NO	
○ Limpieza y recogida de basura		NO	
○ Servicios higiénicos		NO	
○ Seguridad y Manteniendo		NO	
○ Alquiler de material para realizar actividades		NO	

○ venta de souvenir, información sobre el recurso	NO
○ Folletos	NO
○ Teléfono público	NO
○ Pago con tarjetas de crédito	NO
○ Otros	NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b> (GAD Parroquia de Aloasí, 2016)	
<b>25. OBSERVACIONES</b>	
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> Noviembre 2017

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE:</b> PROCESIÓN DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES	<b>2. FICHA N:</b> 07	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA:</b> MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> HISTÓRICOS <b>SUBTIPO:</b> FIESTAS RELIGIOSAS		
<b>6.UBICACIÓN:</b> Población de Aloasí			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde</b>	<b>9.Vía, tipo y estado</b>	<b>10 Medio de acceso</b>	<b>11 Tiempo</b>
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> La Virgen de los Dolores es considerada como la patrona de todo el Cantón Mejía, al declararse como patrona existe una fiesta que es conocida como la Procesión de la Virgen de los Dolores, realizada el 15 de Septiembre todos los años, para ello se elaboran un cronograma de fiesta denominada un novenario, los días antecedentes a la fiesta principal de su patrona. Realizan esta procesión desde el monumento al chagra (parque el chagra), seguido de la principal avenida de Machachi (amazonas), llegando al estadio el chagra, siguen hasta el acceso hasta la panamericana pasando por el puente a desnivel para salir a la avenida de ingreso a la parroquia de Aloasí. Dentro de esta hermosa y conocida procesión a la Virgen de los Dolores, cariñosamente le dicen “Mama Lolita”, debido a que todas las personas que se llaman Dolores le conocen como “Lolita” y a las personas de edad avanzada por respeto les dicen “Mama” de ahí esta interesante derivación, algo importante vale recalcar que dentro de esta procesión no existen personajes establecidos como en otras procesiones, al contrario lo que mueve a los habitantes es la fé a la imagen de la Virgen de los Dolores.. La imagen del retablo mayor data del año 1600 al 1680 aproximadamente, antiguamente esta misma imagen era utilizada para la procesión del Viernes de Concilio siendo la víspera del Domingo de Ramos, hace 16 años al haberse nombrado como santuario a la iglesia de Aloasí, el cardinal Antonio González la declara como patrona oficial de todo el cantón. Así mismo existe una leyenda de la creación o parecimiento de la Virgen de los Dolores, se cuenta que un día un mular llegó al cantón de un largo viaje dejando cajas a lo largo de la Sierra Centro, entre estas las personas al momento de abrir las cajas se encontraban con esculturas como: El Señor de la Santa Escuela en Machachi, El señor del Buen Suceso en Riobamba, El Señor de la Buena Esperanza en San Agustín, encontrando gran similitud			



<p><b>12. DESCRIPCIÓN:</b> La creación del grupo se realizó el 7 de junio del 2009. Su directora es la señora Patricia Caiza, es ella quien realiza las coreografía, se presentan en la Estación del Ferrocarril de Machachi desde su rehabilitación en enero del 2103, al realizar este tipo de presentaciones artísticas se hace referencia a las creencias, prácticas y costumbres que son tradicionales de un pueblo o cultura, entre los bailes que se realizan tenemos el Baile de las Cintas: Los bailes ancestrales de los habitantes originarios del Ecuador en honor del sol y de la Paccha Mama (Madre Tierra), se mezclaron hace 500 años con una danza traída al Nuevo Mundo desde el Viejo Mundo por los conquistadores españoles, otro de estos es El yumbo y el danzante son preincásicas y se las practicaba en la adoración del Sol. La danza criolla tiene como exponentes el aire típico, el albazo, el pasacalle, el cachullapi y el alza, pero la chiembeña y la chilena son también bailes indígenas representativos. El Yumbo, no se refiere únicamente a la composición musical, sino a la vestimenta que se utiliza para acompañar las danzas en las diferentes regiones y por diferentes fiestas religiones y patrias. El yumbo es una composición, en tonalidad triste y alegre que canta los hechos de los antepasados y los sucesos tradicionales del pueblo.</p>		
<p><b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Interacción con las personas que visitan el sector y también con quienes realizan los viajes en la ruta del tren, se hacen presentaciones también privadas mediante los contactos</p>		
<p><b>14. HORARIOS</b> 08:00 - 16:00</p>	<p><b>15. PRECIOS:</b> Incluye con el precio para la estación del tren</p>	<p><b>16. PROPIETARIO:</b> <b>17. PERSONA CONTACTO:</b> Patricia Caiza 0994231720/ 2315985</p>
<p><b>18. TIPO DE PÚBLICO:</b> TODO PUBLICO  <b>Semana:</b> SI  <b>Fin de semana:</b> SI  <b>Feridos Largos:</b> SI  <b>Vacaciones:</b> SI</p>		
<p><b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b></p>	<p><b>20 ACTIVIDAD</b></p>	<p><b>21 CÓDIGO</b></p>
<p><b>22. SERVICIOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Estacionamiento NO</li> <li>o Comida NO</li> <li>o Visitas auto guiadas NO</li> <li>o Señalización para llegar NO</li> <li>o Señalización interna NO</li> <li>o Limpieza y recogida de basura NO</li> <li>o Servicios higiénicos NO</li> <li>o Seguridad y Manteniendo NO</li> <li>o Venta de souvenir, información sobre el recurso NO</li> <li>o Folletos NO</li> <li>o Teléfono público NO</li> <li>o Otros (presentación artística, danza y folklor) SI</li> </ul>		
<p><b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b></p>		
<p><b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS:</b> (Ferrocarriles del Ecuador, 2017) (Caiza, 2017)</p>		
<p><b>25. OBSERVACIONES</b></p>		
<p><b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto</p>		<p><b>Fecha:</b> Noviembre 2017</p>

## FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

**Tabla N°22** Jerarquización de los atractivos

Fuente: (Lucio, 2013)

Elaborado por: Fernando Gualoto

ATRACTIVOS	CALIDAD INTRÍNSICO	EXTRÍNSECO	ENTORNO	ESTADO DE CONSERVACIÓN	ACCESO	SERVICIOS	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	SIGNIFICADO LOCAL	REGIONAL	TOTAL	JERARQUÍA
ESTACIÓN DEL TREN DE MACHACHI	7	5	7	8	7	8	4	2	1	49	II
SANTUARIO DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES	4	2	3	3	7	4	2	2	1	28	II
HACIENDA AGRI-CAYETANO	5	5	6	8	4	8	5	1	1	43	II
VOLCÁN EL CORAZON	10	9	5	3	3	2	6	2	2	42	II
BOSQUE Y SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA CUMBITEO (UMBRIA)	7	5	4	3	3	3	2	1	1	29	II
BANDA SANTA CECILIA DE ALOASÍ	7	4	4	6	1	1	2	2	1	28	II
PROCESIÓN DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES	9	3	3	8	6	3	3	2	1	38	II
DANZA Y MÚSICA EN VIVO NIÑO JESÚS DE PRAGA	5	7	3	7	1	7	7	2	2	41	II

#### **4.2.4 Análisis e interpretación de las entrevistas**

**Entrevistado:** Sr. Marcelo Jácome (Teniente Político de la Parroquia de Aloasí)

**Entrevistador:** Fernando Gualoto

**Lugar y Fecha:** Aloasí, 13 de Noviembre del 2017

**Hora:** 10:30

##### **1. ¿Qué problemas cree que tiene la parroquia?**

La parroquia como cualquier parroquia en el país, el principal problema se refiere al aspecto económico, debido a que el Estado da un monto a la parroquia anualmente y esta es equiparada de acuerdo al número de habitantes, actualmente muchos de ellos son migrantes y no se han hecho registrar lo que ha ocasionado que el presupuesto que el estado les da no aumente sino al contrario disminuya, pero el aspecto económico va de la mano con el aspecto social, debido a que estos migrantes exigen obras y ayuda por parte del GAD pero no se puede ofrecerla por falta de apoyo de ellos mismo al momento de registrarse en los censos realizados a la parroquia.

##### **2. ¿Cómo se da solución a este tipo de problemas?**

La única solución e inclusive que se ha pedido por el Ministerio del Interior es que los migrantes realicen el debido registro, inclusive en las últimas elecciones con unos cuatro meses el CNE avisa que las juntas parroquiales socialicen el tema del debido registro en cada uno de los temas solicitando que se haga el respectivo cambio de domicilio, comunicando esta acción por escrito a cada uno de los representantes de los barrios pero muy pocos de los migrantes lo hacen ya que tienen aún el pensamiento de que por realizar este registro se les cobrará más impuestos y lo que la mayoría de ellos aducen es que están de visita con las familias.

##### **3. ¿Cuál es la actividad económica que sustenta a la parroquia?**

Según estudios socio económicos de trascendencia la principal actividad económica es la agricultura y la ganadería, dividida en dos tipos de población, la agricultura para la población pobre y la ganadería para las personas que tiene vacas lecheras, entendiéndose de esta manera a personas con

haciendas, dentro de la parroquia se tiene registrado de 55 a 60 haciendas en la zona, teniendo el mayor sustento porque estas haciendas poseen el agua mientras que los pobres y mediana economía no poseen regadíos de agua. Últimamente se ha fomentado las florícolas dentro de la zona se encuentran tres florícolas registradas que son: AGROCOEX, ECOROSSES y CLIMFLOWER la última en peligro de quebrar, dando de esta manera un impulso económico a la parroquia.

#### **4. ¿Dentro del GAD parroquial existe un ente de organización que gestione la actividad turística?**

La única parte que gestionó la actividad turística por un corto tiempo hace dos años fueron estudiantes de Turismo de la Universidad Central del Ecuador que realizaron las pasantías en esta parroquia y algunos realizaron propuestas de turismo para esta parroquia pero que lastimosamente toda la información se ha quedado plasmada en hojas y no en la práctica, pero ellos fueron los encargados del turismo en su corto plazo de pasantías

#### **5. ¿Cree que la actividad turística ayudaría al desarrollo del lugar? Si-No, ¿Por qué?**

Sí, porque gracias a la actividad turística se ha incrementado no significativamente pero si un poco los ingresos económicos de esta parroquia, pero que lastimosamente mucho de ese dinero no se lo ve reflejado por pertenecerlo a las empresas privadas que en este caso son las hosterías y haciendas del sector, es muy buena la actividad turística y ayudaría mucho a la inclusión social pero que lastimosamente falta mucho trabajo en promoción y propuestas de proyectos.

#### **6. ¿Cómo ayuda el Gobierno Central al desarrollo de esta actividad?**

Lastimosamente no existe un apoyo consolidado del gobierno central, y de otras entidades como del Ministerio del Ambiente y muchas propuestas de turismo son frenadas por entidades que no dan el apoyo respectivo, un claro ejemplo es la idea de construcción de un refugio en el Volcán Corazón y habilitar las vías para el acceso a este lugar pero el permiso hasta la fecha no ha sido respondido, en la actualidad con el nuevo Gobierno se ha observado

cambios y por eso ahora existe mayor presión por parte de parroquias rurales en realizar pedidos en beneficio de la comunidad y eso es lo que se está realizando en la actualidad.

**7. ¿Qué presupuesto se destina para el desarrollo turístico?**

En la actualidad no hay presupuesto destinado para el turismo; acorde vayan surgiendo ideas se entrega algo de dinero.

**8. ¿En qué aspecto la población aporta o genera turismo en la parroquia?**

Anteriormente la población era más colaboradora a nivel generar, especialmente en el tiempo cuando el tren era utilizado como medio de comercialización, porque con la llegada del tren no solo venían productos sino que también venía gente que quería conocer nuestras tierras, que ahora se los denominan turistas. Generando un equilibrio, por un lado existía turismo y por otro lado trabajo con la llegada de estos productos, hace pocos años atrás, con el declive y la paralización del tren el turismo se vio gravemente afectado, produciendo que la población no apoye a la actividad turística.

**9. ¿Cuál es la planta turística que está desarrollando a favor del turismo de su parroquia?**

En cuanto a alojamientos cada uno se crea y mantiene por su cuenta ya que son privados; existen cinco lugares que reciben a los turistas, pero las mismas que por tener la categoría de hosterías y estar alejadas de la parte urbana son un poco elevadas en cuanto a precios, ya que muchas personas especialmente estudiantes no poseen los recursos económicos para pagar un lugar como estos, se desearía que con el apoyo del Municipio se pudiera crear un hotel o una casa de alojamiento dentro de la parroquia que de servicio de alojamiento a módicos precios y con servicios de calidad

**10. ¿Existe o no, un plan de marketing con el objetivo principal de promocionar turísticamente a la parroquia?**

Esa es una parte que le compete a la Junta Parroquial, pero se tiene entendido que dentro del presupuesto existe un fondo con el cual la junta parroquial destina este dinero para la creación y fomento del turismo.

**Entrevistada:** Srta. Fernanda Quinaluisa (Presidenta del GAD parroquial de Aloasí)

**Entrevistador:** Fernando Gualoto

**Lugar y Fecha:** Aloasí, 13 de Noviembre del 2017

**Hora:** 12:30

**1. ¿Qué problemas cree que tiene la parroquia?**

La parroquia tiene como problema principal la organización barrial, lamentablemente no se ha trabajado mucho en el tema de tejido social, ese es un problema más de fondo que los problemas como falta de obras dentro de la parroquia.

**2. ¿Cómo se da solución a este tipo de problemas?**

Realizando actividades que involucren en sí a la comunidad, en este punto focal se debería trabajar más con jóvenes porque ellos son los que representan el presente de la parroquia y por ser los seres más activos.

**3. ¿Cuál es la actividad económica que sustenta a la parroquia?**

Actualmente la parroquia se caracteriza por ser agrícola y ganadera, pese a que existen temporadas de sequía pero esto no frena las actividades que realizan dentro de la parroquia.

**4. ¿Dentro del GAD parroquial existe un ente de organización que gestione la actividad turística?**

Hace poco tiempo dentro del organigrama se incorporó en la conformación de comisiones, una comisión denominada la comisión de proyectos y de entendimiento productivo, esa comisión se podrá encargar de manejar la actividad turística, también se ha realizado actividades en torno al turismo y conjuntamente trabajando en proyectos con la Universidad Salesiana.

**5. ¿Cree que la actividad turística ayudaría al desarrollo del lugar? Si-No, ¿Por qué?**

Sí, porque el turismo es una actividad dinámica que permite el ingreso económico sin que la gente tenga que salir de su lugar de residencia sino simplemente aprovechar lo que se tiene.

**6. ¿Cómo ayuda el gobierno central al desarrollo de esta actividad?**

En la parroquia no se ha evidenciado ayuda por parte del gobierno central, pero si ha existido ayuda por parte del gobierno provincial en temas de capacitaciones.

**7. ¿Qué presupuesto se destina para el desarrollo turístico?**

Este año se ha redondeado un presupuesto de 247.000 dólares para la parroquia pero conforme aparecen proyectos u ideas se destina algo de dinero.

**8. ¿En qué aspecto la población aporta o genera turismo en la parroquia?**

Existe un pequeño porcentaje de apoyo por parte de la población, que antes por la actividad del tren se veía más unificada a las personas, pero actualmente se ha ido incluyendo a las personas poco a poco.

**9. ¿Cuál es la planta turística que está desarrollando a favor del turismo de su parroquia?**

Dentro de Aloasí solo existen servicios de hospedaje privado, falta bastante trabajar en el tema de alimentación o lugares que cumplan las normas necesarias para su funcionamiento, y en cuanto a agencias de viaje o servicios de guianza lastimosamente no se han creado empresas de este tipo.

**10. ¿Existe o no, un plan de marketing con el objetivo principal de promocionar turísticamente a la parroquia?**

Actualmente se trabaja solo en temas de fiestas, hace un año se inició una pequeña feria turística en el mes de julio que permitió dar a conocer que existe la parroquia de Aloasí.

**11. ¿Estaría dispuesta a destinar un porcentaje de los fondos recibidos anualmente para la creación de un departamento de turismo, designando personal y funciones en las mismas?**

Sí, Estaría de acuerdo con la designación de un 5% del porcentaje recibido cada año para fomentar proyectos turísticos, promoción y publicidad de la parroquia; creando en primer lugar un departamento de turismo que se encargue de estas funciones.

## **4.3 PROPUESTA**

### **4.3.1 Título de la propuesta**

Estrategias para la correcta promoción y publicidad turística de la Parroquia Aloasí.

### **4.3.2 Objetivos**

#### **4.3.2.1 Objetivo general**

Promocionar turísticamente a la parroquia de Aloasí, cantón Mejía, provincia de Pichincha mediante la propuesta de estrategias de promoción y publicidad turística en diferentes medios de difusión.

#### **4.3.2.2 Objetivos específicos**

- Establecer estrategias que vayan acorde al marketing directo mediante el uso de las 4P's.
- Seleccionar las mejores estrategias basadas en las 4P's y en la encuesta realizada para conocer la necesidad directa que tienen los pobladores y el GAD parroquial.
- Definir el presupuesto general para el desarrollo de las estrategias de promoción y publicidad turística.
- Presentar las estrategias turísticas digitales y físicas propuestas en el trabajo de investigación.

#### **4.3.3 Ubicación sectorial y física**

La parroquia de Aloasí está situada a treinta y cinco kilómetros de Quito en las faldas del monte Corazón, se encuentra ubicada políticamente de acuerdo a los siguientes límites:

**Norte:** Parroquia Alóag

**Sur:** Parroquia El Chaupi

**Este:** Cabecera cantonal Machachi

**Oeste:** Parroquias Alóag y El Chaupi (GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 7).

#### **4.3.4 Viabilidad**

El proyecto planteado es viable porque existe un apoyo por parte del personal del GAD parroquial, y su predisposición a hacer cambios en la designación de

funciones, aceptando el planteamiento de las estrategias seleccionadas para la captación de turistas nacionales y extranjeros; brindando un apoyo económico anualmente para el desarrollo de las estrategias planteadas y de posibles proyectos; de esta manera se crea un preámbulo para que en años posteriores exista un incremento en el apoyo económico acorde a la afluencia de turistas y aceptación de los atractivos turísticos; creando un mayor desarrollo social, turístico y económico dentro de la parroquia.

### **4.3.5 Estrategias del marketing directo**

#### **4.3.5.1 Producto**

“Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 237).

Mediante encuestas y entrevistas realizadas a la Presidenta de la parroquia, Srta. Fernanda Quinaluisa y al Ing. Molina, propietario de la hostería Agri-Cayetano, se ha logrado recolectar información necesaria para plantear las siguientes estrategias:

- Mejorar el organigrama funcional y estructural (Anexo 3, pág. 88), designando un departamento de turismo con funciones acorde a la actividad turística y su correcta difusión.
- Crear rutas de ciclo paseo a cargo del departamento de turismo para poder visitar los principales atractivos turísticos mientras se promueve el deporte a la sociedad.
- De acuerdo a la presidenta de la junta parroquial se puede destinar un 5% de los 247.000 dólares anuales que reciben por parte del estado para fomentar el desarrollo turístico en el sector; porcentaje que fue aceptado por la presidenta de la parroquia, de esta manera anualmente la parroquia tendrían 12.350 dólares para publicidad turística, mediante impresiones de flyers, trípticos, código QR, u otros materiales físicos de promoción y publicidad.
- Creación de redes sociales para dar a conocer las actividades y atractivos turísticos de la parroquia.

- Elaboración de rutas turísticas a cargo del departamento de turismo para difundirlas a los turistas que asistan a las hosterías, estación del tren o festividades locales como el paseo del chagra.

#### **4.3.5.2 Precio**

“Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Kotler & Armstrong, 2007, pág. 309).

Gracias a charlas con las principales autoridades como la Srta. Quinaluisa, la presidenta de Aloasí, Sr. Jàcome el teniente político, propietarios de hosterías privadas y mediante lo observado en el campo; no existen estrategias relacionadas con el precio para poder captar un nuevo mercado de visitantes por lo tanto se propone:

- El departamento de turismo efectuará capacitaciones a los propietarios de servicios turísticos para que conozcan el reglamento, atención a clientes, uso adecuado de productos y oferta de servicios acorde a las categorías de cada establecimiento.
- Realizar alianzas estratégicas con hosterías privadas del sector, para que al momento de presentar el flyer publicitario puedan tener algún descuento en una actividad recreativa.
- Realizar un concurso cada dos meses entre las personas que comenten en redes sociales o en la página web, y el ganador tendrá una visita guiada con un técnico del GAD parroquial perteneciente al departamento de turismo.
- Para captar mayor cantidad de mercado en días festivos como el paseo del chagra, se puede establecer precios preferenciales para las rutas turísticas.
- Acorde al Art. 37 de la Constitución del Ecuador.- “niños y niñas, personas de la tercera edad y con capacidades especiales obtendrán rebajas en servicios públicos, privados u espectáculos.”

#### **4.3.5.3 Plaza**

“Es la base de la mezcla del Marketing, y abarca varias actividades que sirven para recordarle al mercado que existe un producto, su principal propósito es el de influir en la mente del consumidor de manera positiva” (Dvoskin, 2004, pág. 30).

Mediante las encuestas basadas en la pregunta 11 y a la observación de campo se ha logrado identificar los lugares con mayor afluencia de turistas, pero que no poseen material publicitario, por lo tanto se determina como principales estrategias:

- Establecer alianzas estratégicas con hosterías que permitan la distribución de material publicitario sobre los atractivos turísticos del sector.
- Colocación de material publicitario dentro de la estación del tren para que los turistas que arriben puedan tener diversas opciones sobre: actividades, rutas y lugares de visita.
- Abastecer mensualmente de material publicitario en la estación del tren y en hosterías dentro de la parroquia.
- Crear alianzas con las principales asociaciones de transportes como: Carlos Brito y Mejía, participando como patrocinadores de la parroquia mediante la colocación del código QR en sus unidades.
- Colocar el código QR en las principales oficinas del Cantón Mejía, agencias de viajes aliadas, transportes turísticos y hosterías del sector.
- Crear una página web donde se informe de promociones, actividades e información acerca de los atractivos que posee la parroquia, creando un enlace directo mediante el código QR.
- Dar a conocer los atractivos naturales y culturales existentes en la parroquia mediante ferias locales y nacionales.

#### 4.3.5.4 Promoción

“Es la base de la mezcla del Marketing, y abarca varias actividades que sirven para recordarle al mercado que existe un producto, su principal propósito es el de influir en la mente del consumidor de manera positiva” (Dvoskin, 2004, pág. 32).

Debido a la poca afluencia de turistas y falta de material publicitario observado a través de las visitas de campo se plantea:

- Con la creación del departamento de turismo y las alianzas con agencias de viajes establecer promociones en cuanto a gratuidades otorgadas a grupos de personas para la visita de las rutas turísticas en la parroquia.
- Al existir alianzas con empresas privadas como Tren Ecuador y hosterías, se pueden crear paquetes de visita, los mismos que serán difundidos por medio de la página web.
- Establecer tarifas especiales a grupos de estudiantes de universidades que visiten la parroquia y sus principales atractivos turísticos.
- Realizar promociones especiales como 2x1 a estudiantes de colegio, generando un interés por parte de las instituciones en el conocimiento natural y cultural.
- Mantener tarifas especiales a personas de tercera edad, niños o personas con capacidades especiales.

En base a la pregunta 11 de la encuesta realizada **“A consideración, ¿cuál sería la herramienta publicitaria ideal para la promoción turística de la parroquia?”**, mencionan que una de las estrategias que necesitan con mayor urgencia es la implementación de una página web para mejorar progresivamente el desarrollo turístico del sector y poder tener un contacto directo y dinámico con turistas nacionales o internacionales.

Para lo cual se ha optado por la creación del sitio web y un enlace directo mediante un código QR, que permita tener a disposición una plataforma para computadores de escritorio y dispositivos móviles.

#### 4.3.6 Análisis externo e interno

##### 4.3.6.1 Análisis externo

###### Análisis PEST

- **Factores políticos:** Como principal factor se ha tomado en cuenta a la “Ley de Comercio Electrónico del Ecuador”, ley emitida en el año del 2014, tras el avance tecnológico Ecuador ha implementado esta ley para precautelar el bien común de los internautas, dentro de esta ley se ha observado el Capítulo IV DE LOS ORGANISMOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS, que se basa en las regulaciones acerca de organismos para promocionar diferentes temas emitidos en medios electrónicos los mismos que serán regulados por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL, 2014).
- **Factores económicos:** Al tener un gran avance tecnológico, ha generado que los costos de producción bajen, en este caso la elaboración de una página web no tiene ningún valor, el único costo es el momento de obtener un dominio entendido como una red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet que en el mercado tiene un costo promedio de \$15 a \$30 dólares dependiendo del tipo de dominio que se desea obtener en la página web.
- **Factores sociales:** En los últimos años la tecnología ha tenido una acogida enorme no solo en el Ecuador sino alrededor del mundo, haciendo posible que la mayor parte de población tenga un acceso a la tecnología, generando un mecanismo excelente para la llegada de nuevas formas de promoción, de esta manera ayudará a la población a interesarse en la actividad turística y en una nueva alternativa de trabajo.
- **Factores tecnológicos:** El avance en la tecnología ha ido de la mano con la evolución en los aparatos que hacen posible la administración de esta tecnología o software, dentro de los principales aparatos se ha tomado en cuenta los dispositivos móviles como iPad, tablets, smartphones los

mismos que cuentan con la creación de su propia plataforma y de dispositivos de casa como computadores de escritorio con su propia plataforma, además de una gran oportunidad con el acceso a redes sociales entre estas la más conocida y utilizada facebook.

### Análisis de mercado

Dentro de lo que conlleva un análisis en el mercado se ha tomado en cuenta a los principales factores como:

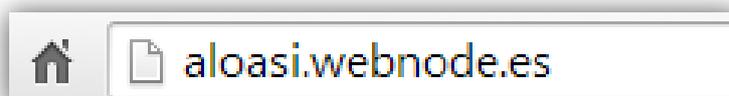
- **Dimensión:** Trata sobre el alcance de llegada de la página web hacia los internautas, vale destacar que para cada página web posee una dirección URL la misma que está dividida en las siguientes partes:



**Figura N°5** Partes de una dirección URL  
**Fuente:** (Google, 2017)

Para poder acceder a un dominio personal se debe cancelar un costo de acuerdo al servidor que se esté utilizando, dentro de los principales dominios tenemos:

Para la creación de la página web no se ha comprado ningún tipo de dominio por lo tanto se ha aceptado el dominio que ha sido otorgado por el mismo servidor el momento de crear la página web que es la siguiente:



**Figura N°6** Dirección URL de la página web diseñada  
**Fuente:** Página web diseñada "Santa Ana de Aloasi"

Dentro del dominio de la página web diseñada se denota el formato “aloasi.webnode.es”, en primer lugar “aloasi” que se entiende como un nombre general acerca de la página, seguido de webnode que es el servidor y la plataforma utilizada para el diseño de la página web y al final .es correspondiente al país de España.

- **Usuario:** Como usuarios se ha tomado en cuenta a todas las personas a nivel mundial, debido a que gracias al buscador GOOGLE hace posible el encuentro de la página web en cualquier parte del mundo, por el momento al no obtener el dominio la página se la debe buscar con la palabra webnode al final.



**Figura N°7** Buscador de Google con la página web  
**Fuente:** Buscador de Google

- **Tendencia on-line:** Como principal tendencia la página web posee una relación con la web 2.0 y la web 3.0, debido a que la web 2.0 permite una interacción con los internautas teniendo como principal característica el poder realizar comentarios y sugerencias a los creadores de la página web.

A screenshot of a comment form titled "Comentarios". The form has four input fields: "Nombre \*" (text), "E-mail \*" (text with an "@" symbol), "Asunto \*" (text), and "Mensaje \*" (a larger text area). Below the message field is a yellow "Enviar" button.

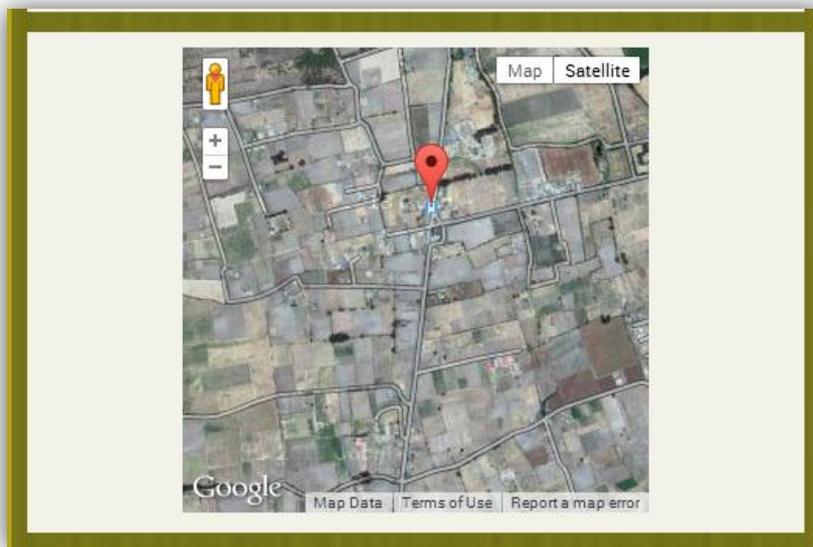
**Figura N°8** Cuadro de comentarios en la página web diseñada (computadores)  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasi”

The image shows a mobile web interface for a comment form. At the top, the title 'Comentarios' is displayed in yellow text on a dark background. Below the title, there are four input fields, each with a label and an asterisk indicating it is required: 'Nombre \*:', 'E-mail \*:', 'Asunto \*:', and 'Mensaje \*:'. The 'E-mail \*:' field contains an '@' symbol. At the bottom right of the form, there is an orange button labeled 'Enviar'.

**Figura N°9** Cuadro de comentarios en la página web diseñada (dispositivos móviles)

**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”

Así mismo interviene la web 3.0 debido a que su principal característica es la implementación de programas inteligentes y su mezcla con la web geoespacial y gráficos 3D.



**Figura N°10** Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (computadores)

**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”



**Figura N°11** Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (dispositivos móviles)

**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”

### **Análisis del entorno competitivo**

Dentro del entorno competitivo en lo que conlleva a material en la web, se ha logrado identificar dos competidores el primero es la página web conocida como wikipedia la misma que ofrece información pero muchas de las veces puede ser errada, dentro de la información se encuentra acerca de parroquias rurales del cantón Mejía, pero esta información es muy limitada y en segundo lugar la página del Municipio del cantón Mejía la que ofrece información acerca de las parroquias rurales existentes en el cantón Mejía, pero la información que ofrece acerca de cada parroquia es muy limitada dando información general.

#### **4.3.6.2 Análisis interno**

##### **Auditoría de los canales de comunicación**

Para poder realizar la auditoría de la página web diseñada se ha establecido un mecanismo sencillo mediante las redes sociales, las misma que están presentes en el diseño de la página web como Facebook permitiendo verificar el alcance de la página mediante likes, Twitter para realizar comentarios

personales y google+ especialmente diseñado para smartphones o aparatos que posean el sistema Android o IOS.



**Figura N°12** Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (computadores)

**Fuente:** Página web diseñada "Santa Ana de Aloasi"



**Figura N°13** Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (dispositivos móviles)

**Fuente:** Página web diseñada "Santa Ana de Aloasi"

## Matriz FODA

**Tabla N°23** Matriz FODA  
Elaborado por: Fernando Gualoto

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F1.</b> Adaptabilidad a softwares actuales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O1.</b> Servidor externo que ofrece plataformas gratuitas para la creación de páginas web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D1.</b> Falta de recursos económicos para acceder a mejoras Premium ofertadas por el servidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A1.</b> Posterior cobro por creación o modificación de la página web</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F2.</b> Sitio web totalmente personalizado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O2.</b> Avance continuo de aparatos tecnológicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D2.</b> Falta de capacitación acerca de seguridad informática</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A2.</b> Creación de nuevas páginas web competidoras elaboradas por programadores independientes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F3.</b> Actualización y mantenimiento de la página web periódicamente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O3.</b> Implementación en la normativa del estado para que las empresas adopten fibra óptica en sus servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D3.</b> Falta de recursos económicos para publicidad y posicionamiento del sitio web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A3.</b> El cierre o nuevas restricciones por parte del servidor usado para la creación de la página web</li> </ul>

**Tabla N°24** Estrategias de la matriz FODA  
Elaborado por: Fernando Gualoto

	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	<p><b>D1:A3</b> Buscar ayuda por parte del GAD parroquial para que financie económicamente al sitio web.</p>	<p><b>D1:O1</b> Aprovechar y verificar el mejor servidor que oferte las mejores herramientas en la creación de páginas web.</p> <p><b>D2:O2</b> El uso de un software que ofrezca seguridad de acuerdo a los requerimientos necesarios en la web.</p>
FORTALEZAS	<p><b>F1:A2</b> Realizar alianzas con programadores independientes para el continuo desarrollo mutuo del sitio web.</p> <p><b>F3:A1</b> Buscar alianzas con empresas que financien el recurso económico para su actualización y mantenimiento.</p>	<p><b>F1:O2</b> Aprovechar la adaptabilidad para implementar mejoras acorde a los aparatos tecnológicos (creación del código QR y de la página web).</p> <p><b>F3:O3</b> Aprovechamiento de la velocidad de fibra óptica para realizar actualizaciones y mantenimiento constante del sitio web.</p>

## Estrategias y tácticas de marketing online

Tabla N°25 Líneas estratégicas del MKO  
Elaborado por: Fernando Gualoto

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL MKO	ATRAER CLIENTES	CONVERTIR CLIENTES	FIDELIZAR CLIENTES
	Marketing en buscadores	Publicidad online y física	Email Marketing

- **Marketing en buscadores:** Como principal estrategia al marketing online se basa en los principales buscadores como GOOGLE, ASK, YAHOO, BING entre otros, permitiendo que la página web creada este a la disposición de las personas en cualquier parte del mundo, obteniendo como resultado una atracción total de clientes al sitio web.
- **Publicidad online y física:** Dentro de lo que conlleva a la publicidad del sitio web se ha determinado dos posibles formas, la primera, una publicidad online que por el momento no se la puede realizar por falta de recursos económicos, pero que dentro del plan a futuro puede servir de gran ayuda para la promoción del sitio web. Como publicidad física se ha determinado la implementación de un código QR, el mismo que permite la publicidad del sitio web mediante la interacción de un Smartphone, tablet, ipod entre otros y el código, con el escaneo de este código impreso en pequeños volantes hace posible dar a conocer el sitio web y algún evento programado en facebook de la parroquia con un mínimo recurso económico.  
Así mismo estará presente el pago de anuncios en la principal red social facebook, el coste varía con un mínimo de \$3,00 por tres días de publicidad, donde se tendrá que ir filtrando a qué tipo de segmento va a ir dirigido el anuncio.
- **Email marketing:** Mediante la implementación del cuadro de comentarios en el sitio web, permite establecer una base de datos de las personas interesadas en la parroquia de Aloasí, haciendo posible el uso de esta base de datos para el envío posterior de promoción, nuevos eventos entre otros que ofrecerá la parroquia, manteniendo siempre actualizados a las personas y al sitio web.

- **Alianzas con empresas que financien el recurso económico para su actualización y mantenimiento:** El recurso económico es muy importante en cualquier proyecto e investigación, es por eso que se debe buscar futuros inversionistas sean estos estatales o independientes, que colaboren con el recurso económico para el mejoramiento y mantenimiento del proyecto, teniendo como futuro inversionista el Ministerio de Turismo refiriéndose a una entidad estatal y a una entidad privada.

#### 4.3.7 Estrategias de promoción y publicidad turística

**Tabla N°26** Estrategias de promoción y publicidad turística  
Elaborado por: Fernando Gualoto

PRODUCTO					
Nº	ESTRATEGIA	RECURSO	TIEMPO	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Mejorar el organigrama estructural designando un departamento de turismo con funciones acorde a la actividad turística y su correcta difusión.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Presidenta y Teniente político de Aloasí.
2	Crear rutas de ciclo paseo para poder visitar los principales atractivos turísticos promoviendo el deporte.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Semestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
3	Destinar un 5% de los 247.000 dólares anuales que reciben por parte del estado para fomentar el desarrollo turístico en el sector; anualmente teniendo 12.350 dólares para promoción y publicidad.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Presidenta y Teniente político de Aloasí. Departamento de turismo del GAD parroquial.
4	Creación de perfiles en redes sociales para dar a conocer las actividades y atractivos turísticos de la parroquia.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Semanal	Departamento de turismo del GAD parroquial.
5	Elaboración de rutas turísticas para difundirlas a los turistas que asistan a las hosterías, estación del tren o festividades locales como el paseo del chagra.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Semestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
6	Crear una página web donde se informe de promociones, actividades e información acerca de los atractivos que posee la parroquia.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Mensual	Departamento de turismo del GAD parroquial.
7	Crear el código QR para poder enlazarlo con la página web de la parroquia	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Mensual	Departamento de turismo del GAD parroquial.
PRECIO					
Nº	ESTRATEGIA	RECURSO	TIEMPO	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Realizar capacitaciones a los propietarios de servicios turísticos para que conozcan el reglamento, atención a clientes, uso adecuado de productos y oferta de servicios acorde a las categorías de cada establecimiento.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Anual	Departamento de turismo del GAD parroquial..

2	Realizar alianzas estratégicas con hosterías privadas para que al momento de presentar el flyer publicitario se pueda tener algún descuento en una actividad recreativa.	Financiero, humano y material	Largo plazo	Semestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
3	Realizar un concurso cada dos meses entre las personas que comenten en redes sociales o en la página web, y el ganador tendrá una visita guiada con un técnico del GAD parroquial perteneciente al departamento de turismo.	Financiero, humano y material	Largo plazo	Semanal	Departamento de turismo del GAD parroquial.
4	Establecer precios preferenciales para las rutas turísticas a cargo del departamento de turismo.	Financiero, humano y material	Largo plazo	Trimestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
<b>PLAZA</b>					
Nº	ESTRATEGIA	RECURSO	TIEMPO	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Establecer alianzas estratégicas con hosterías privadas que permitan la distribución del material publicitario sobre los atractivos turísticos del sector.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Semestral	Departamento de turismo del GAD parroquial..
2	Colocación de material publicitario dentro de la estación del tren para que los turistas que arriben puedan tener diversas opciones sobre: actividades, rutas y lugares de visita.	Financiero, humano, tecnológico y material	Mensual	Semanal	Departamento de turismo del GAD parroquial.
3	Abastecer mensualmente de material publicitario en la estación del tren y en hosterías dentro de la parroquia.	Financiero, humano, tecnológico y material	Mensual	Semanal	Departamento de turismo del GAD parroquial.
4	Alianzas con las principales asociaciones de transportes como: Carlos Brito y Mejía, participando como patrocinadores de la parroquia mediante la colocación del código QR en sus unidades.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
5	Colocar el código QR en las principales oficinas del Cantón Mejía, agencias de viajes aliadas, transportes turísticos y hosterías del sector.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
7	Dar a conocer los atractivos naturales y culturales existentes en la parroquia mediante ferias locales y nacionales a cargo del departamento de turismo.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Semestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
<b>PROMOCIÓN</b>					
Nº	ESTRATEGIA	RECURSO	TIEMPO	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Establecer gratuidades otorgadas a grupos de personas para la visita de las rutas turísticas en la parroquia.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
2	Al existir alianzas con empresas privadas como Tren Ecuador y hosterías, se pueden crear paquetes de visita, los mismos que serán difundidos por medio de la página web.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
3	Establecer tarifas especiales a grupos de estudiantes de universidades que visiten la parroquia y sus principales atractivos turísticos.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.
4	El departamento de turismo puede realizar promociones especiales como 2x1 a estudiantes de colegio.	Financiero, humano, tecnológico y material	Largo plazo	Trimestral	Departamento de turismo del GAD parroquial.

## Presupuesto

**Tabla N°27** Cuadro de presupuesto  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

<b>CUADRO DE PRESUPUESTO ANUAL – PRODUCTO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Útiles de oficina (lápiz, borrador, papel bond A4, papel contac A4)</b>	(Lápices usados para hacer el boceto de la página web en hojas de papel bond y papel contac que servirá para imprimir el modelo de la publicidad física con el código QR.	150	50,00
<b>Smartphone</b>	Servirá para constatar el avance de la plataforma móvil, mantenimiento y uso del departamento de turismo.	270,00	270,00
<b>Laptop</b>	Usada para el diseño de las plataformas de las páginas web y mantenimiento	500,00	500,00
<b>Internet</b>	Servicio utilizado para elaborar la página web, publicarla y su mantenimiento por 12 meses	30,00 c/mes	360,00
<b>Dominio de la página web</b>	Dominio para la página web, de esta manera se puede identificar a dónde pertenece la página web	12,00	12,00
<b>CUADRO DE PRESUPUESTO ANUAL – PLAZA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Mantenimiento de la página web cada 6 meses</b>	Mantenimiento de la web con un experto en sistemas, 2 veces al año	150 c/6 meses	300,00
<b>Stickers impresos</b>	Impresiones del material publicitario físico, con el código QR	0,10 1000 unidades	100,00
<b>Flyers de la parroquia</b>	Impresión de flyers existentes de la parroquia para dejarlos en la estación del tren, hosterías y agencias de viajes	0,30 5000 unidades	1500,00
<b>TOTAL</b>		<b>1112,40</b>	<b>3092,00</b>

### 4.3.8. Presentación de la publicidad online



Figura N°14 Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasí (computadores)  
Fuente: Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”



Figura N°15 Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasí (dispositivos móviles)  
Fuente: Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”

#### 4.3.9. Presentación del código QR



**Figura N°16** Material físico de publicidad para la parroquia de Aloasí  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”

Como principal material de publicidad física se ha optado por la creación de un sticker el mismo que contiene varios elementos que guardan relación con esta parroquia, en el lado superior izquierdo la marca de Ecuador Ama la Vida, al lado superior derecho el escudo del cantón Mejía, el fondo del sticker demuestra el compromiso con el medio ambiente por eso se decidió utilizar este modelo representando a la naturaleza con su color verde, así mismo dos imágenes proporcionadas por el departamento de turismo del cantón Mejía con sus principales atractivos de Aloasí el tren y la estación de tren de Machachi, finalizando el sticker en el centro se observa el código QR, permitiendo al turista escanear este código con cualquier dispositivo móvil direccionándolo de forma instantánea a la página web de la parroquia de Aloasí creada.

## CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

- Con la investigación realizada se puede determinar que el turismo se ha fomentado principalmente en la parroquia urbana de Machachi, dado que esta es la principal ciudad del cantón Mejía, dejando a un lado el turismo y el apoyo económico en las parroquias rurales como es el caso de Aloasí.
- Existe un desconocimiento por parte de los pobladores sobre la existencia de los atractivos turísticos de la parroquia; y esto se debe por la falta de promoción y publicidad turística dentro de su misma parroquia.
- Los servicios que tiene la parroquia de Aloasí, como telecomunicación, transporte y servicio de agua potable en algunos casos son limitados para la población especialmente para las que se encuentran en las afueras de la parroquia, haciendo que no puedan tener un desarrollo social y económico.
- La parroquia de Aloasí posee un gran potencial turístico, el cual se debe aprovechar para fomentar el desarrollo económico y social del sector, conservando su patrimonio cultural y natural.
- La presidenta de la parroquia menciona que anualmente se recibe por parte del estado 247.000 dólares, pero no existe un porcentaje destinado a la actividad turística dentro de la parroquia; sino que acorde a la existencia de proyectos nuevos se entrega dinero para efectuar el desarrollo de los mismos.
- No existe un departamento de turismo dentro del organigrama estructural de la parroquia, así mismo no poseen técnicos que tengan sus funciones establecidas direccionadas al turismo; limitando la creación de proyectos turísticos dentro de la parroquia de Aloasí.

- Existe muy poco material publicitario que ocasionalmente está presente en la estación del tren; pero, lastimosamente no se lo ha dado a conocer en afuera de la parroquia limitando el conocimiento de los atractivos turísticos existentes.
- La falta de material publicitario en la parroquia de Aloasí, ha dado como resultado que una pequeña cantidad de turistas visiten el sector por cuenta propia.
- No existe un material publicitario digital como página web, redes sociales que permitan la conexión directa entre la parroquia y posibles visitantes o turistas que deseen conocer el lugar y las atracciones ofertadas
- Las estrategias de promoción y publicidad turística son una guía para que el GAD parroquial conjunto con su departamento de turismo puedan generar mayor cantidad de proyectos turísticos y ofertarlos mediante distintos canales de distribución a turistas nacionales y extranjeros.

## **5.2. Recomendaciones**

- Se debe realizar cambios dentro del organigrama estructural y funcional que tiene la parroquia de Aloasí; creando un departamento de turismo encargado del desarrollo y seguimiento de proyectos turísticos existentes o que puedan existir dentro del sector.
- Difundir en mayor cantidad el material turístico publicitario, en los principales puntos de afluencia turística como es la estación del tren y hosterías privadas.
- Crear rutas turísticas que capten la atención de los turistas para que puedan asistir a la parroquia y visitar sus atractivos turísticos, beneficiando económicamente al desarrollo del lugar.
- Buscar el apoyo externo mediante alianzas con agencias de viaje y hosterías privadas del sector que permitan la distribución del material físico publicitario existente, dando a conocer la existencia de esta parroquia con un gran potencial turístico.
- De acuerdo a la entrevista realizada a la presidenta de la parroquia podría existir un 5% del total recibido anualmente por parte del estado (247.000 dólares), que sea de uso exclusivo para la promoción y publicidad turística existente y la que se plantea en el plan de ejecución.
- Aprovechar el potencial turístico de la parroquia mediante la implementación de nuevos proyectos turísticos que ayuden a la conservación y aprovechamiento de los sitios naturales y culturales.
- Ejecutar las estrategias de promoción y publicidad turísticas planteadas en el presente trabajo para fomentar la captación de turistas que quieran visitar los principales atractivos de la parroquia.

- Difundir la creación y desarrollo de la página web de la parroquia conjunto con el código QR, en agencias de viajes, asociaciones de transportes interprovinciales, trenes del Ecuador entre otros; creando un enlace directo entre un material publicitario físico con el digital.
- Se debe aprovechar los principales lugares que son visitados por los turistas como las hosterías privadas y la estación del tren para entregar el material publicitario propuesto, e invitar a que revisen y sigan la página web para enterarse de noticias, eventos y proyectos turísticos que se puedan realizar.
- Dar un seguimiento continuo a la página web con nuevas actualizaciones y no perder el contacto con los visitantes del sitio web, informándoles de festividades mestizas o indígenas, fundación de la ciudad, fiesta de la patrona eclesiástica, paseo del chagra, proyectos y rutas turísticas así mismo de promociones que se puedan realizar.
- Con la creación del departamento de turismo los técnicos deberían crear perfiles en distintas redes sociales; de esta manera poco a poco se puede llegar a un mayor número de visitantes o turistas interesados en visitar la parroquia.

## GLOSARIO

- **Entorno habitual:** El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales (OMT, 2015).
- **Estrategia de marketing:** Estrategias que definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes (Espinoza, 2017).
- **Industrias turísticas:** Las industrias turísticas (también conocidas como actividades turísticas) son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo (Entorno Turístico, 2014).
- **Lugar de residencia habitual:** El lugar de residencia habitual es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de su vivienda principal (OMT, 2015).
- **Marketing Mix:** Variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí (Espinoza, 2014).
- **Turismo emisor:** El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno (Entorno Turístico, 2014).
- **Turismo interior:** El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales (OMT, 2015).
- **Turismo internacional:** El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por

los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (index mundi, 2013).

- **Turismo interno:** El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (glosbe, 2010).
- **Turismo nacional:** El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (OMT, 2015).
- **Turismo receptor:** Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor (OMT, 2015).
- **Turista:** Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación (Turismo en teoría, 2010).
- **Viaje / turismo:** El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje (Espinosa, 2014).
- **Viaje turístico:** El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos (index mundi, 2013).
- **Visita:** Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico (Turismo en teoría, 2010).
- **Visitante:** Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (glosbe, 2010).

## BIBLIOGRAFÍA

### Fuentes impresas

- Alcañiz, E., Aulet, X., & Simó, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Esic Editorial.
- Ardura, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing*. Barcelona: Editorial UOC.
- Blasco, & Pérez. (2007). *Investigación cualitativa*. México.
- CONATEL. (2014). *Capítulo IV de los organismos de promoción y difusión de los servicios electrónicos*. Quito.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamento de marketing teoría y experiencia*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- GAD Parroquia de Aloasí. (2016). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Aloasí 2012-2025*. Quito.
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Education.
- Lucio, S. (2016). *Cuaderno de Diseños de Circuitos*. Quito.
- Molina, A., & Yugcha, C. (2011). *Plan de marketing para promover los atractivos turísticos del cantón Mejía, Provincia Pichincha*. Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Quito.

Quesada, R. (2010). *Elementos del turismo*. Costa Rica: EUNED.

SENPLADES. (2012). *¿Qué son las zonas, distritos y circuitos?* Quito.

Vera, L. (2016). *EL SIGNIFICADO DE LAS VARIABLES DEL MARKETING-MIX*. Portugal: Redalyc.

### **Fuentes digitales**

dominios-internet.com. (s.f.). *La guía más completa sobre dominios en Internet*, de <http://www.dominios-internet.com/tipos-de-dominios/>. Recuperado el 14 de Julio de 2014

Espinosa, R. (6 de Mayo de 2014). *Welcome to the new marketing*. Recuperado el 14 de Abril de 2017, de <https://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Ferrocarriles del Ecuador. (2017). *Tren Ecuador*, de <http://trenecuador.com/ferrocarrilesdeecuador/>. Recuperado el 12 de octubre de 2017

glosbe. (20 de Enero de 2010). *glosbe*. Recuperado el 12 de Febrero de 2018, de <https://es.glosbe.com/es/es/turismo%20interno>

Gobierno Nacional del Ecuador. (2002). *Reglamento general de actividades turísticas*. Quito.

Google. (2017). *Partes de un dominio*.

Guzman, V. (2006). *Método inductivo*. España.

- Hacienda Agri Cayetano. (2017). *Hacienda Agri Cayetano*. Recuperado el 11 de 10 de 2017, de [http://www.facebook.com/pages/Agri-San Cayetano/195128787223443](http://www.facebook.com/pages/Agri-San-Cayetano/195128787223443)
- index mundi. (23 de Mayo de 2013). *index mundi*. Recuperado el 4 de Mayo de 2017, de <https://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/ST.INT.ARVL>
- Ley de Comercio Electrónico del Ecuador. (2014). *Ley de Comercio Electrónico del Ecuador*. Quito.
- Martinez, P. (2010). *Métodos de investigación*. México.
- Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA*. (2016). Quito.
- Ministerio de Turismo. *La experiencia turística en el Ecuador*. Quito.
- Municipio de Mejía. (s.f.). *Mejía con la Revolución Ciudadana en Marcha*. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de <http://www.municipiodemejia.gob.ec/index.php/mejia/parroquias/aloasi>
- OMT. (2015a). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2015b). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Turismo en teoría. (22 de Octubre de 2010). *Turismo en teoría*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2017, de <http://www.tourismtheories.org/?p=890&lang=es>

## **Entrevistas**

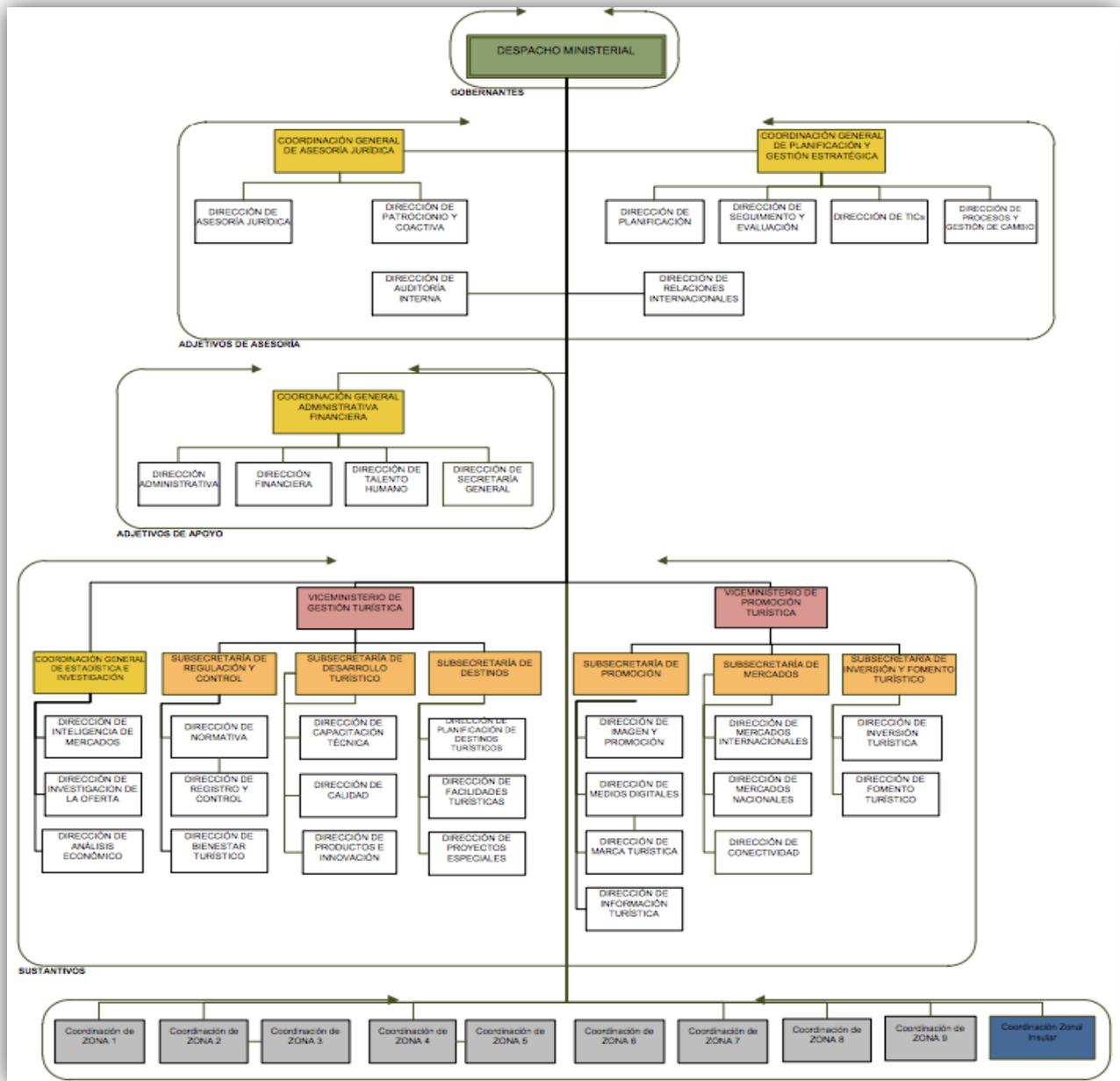
Caiza, P. Director del Grupo de danza. Entrevista por: Fernando Gualoto. Medio de respaldo video y grabación de voz. Quito, 12 de Octubre de 2017.

Jácome, M. Teniente Político de la parroquia de Aloasí. Entrevista por: Fernando Gualoto. Medio de respaldo video y grabación de voz. Quito, 13 de Noviembre de 2017.

Padilla, F. Sacristán de la parroquia. Entrevista por: Fernando Gualoto. Medio de respaldo video y grabación de voz. Quito, 12 de Octubre de 2017.

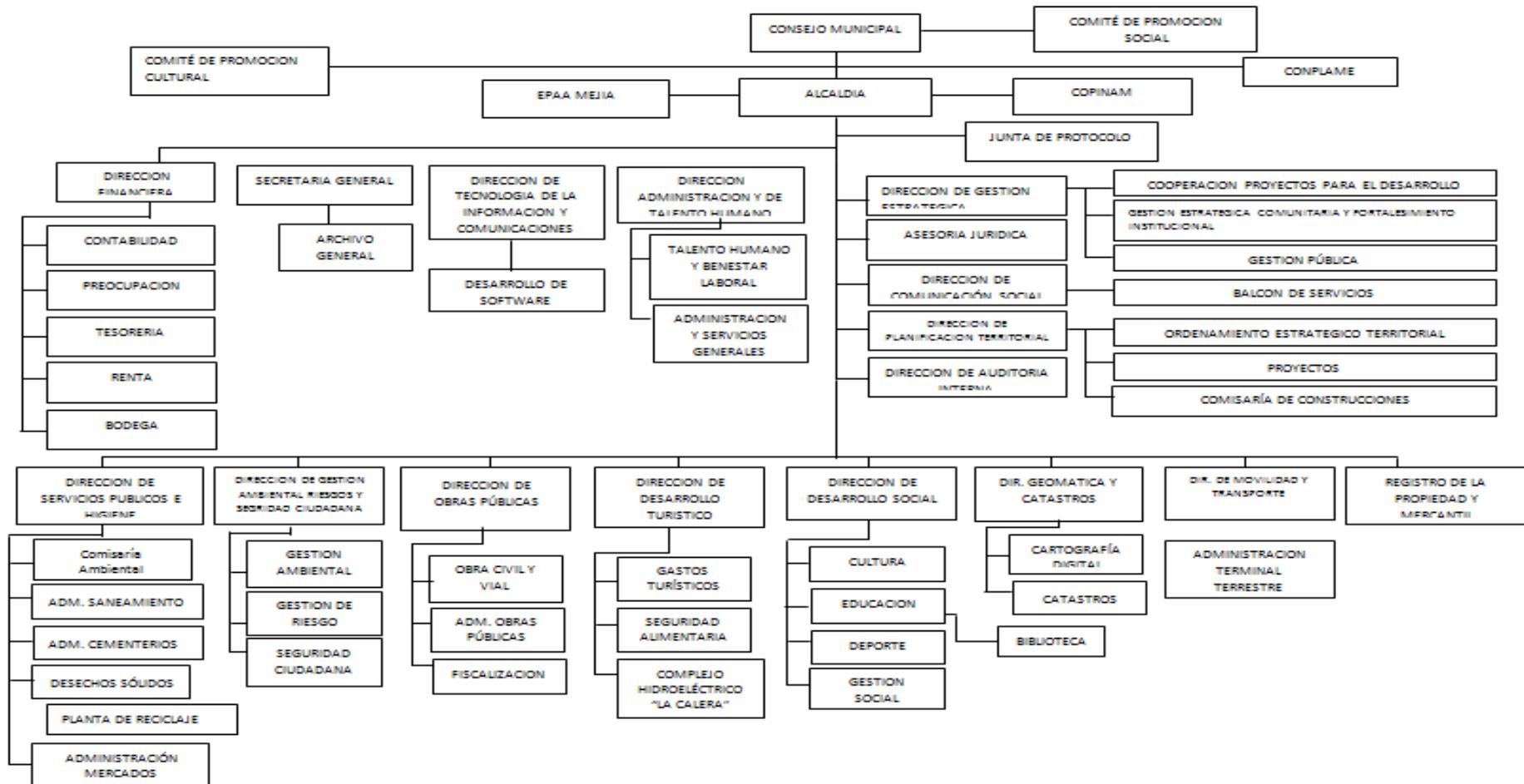
Quinaluisa, F. Presidenta del GAD de la parroquia de Aloasí. Entrevista por: Fernando Gualoto. Medio de respaldo video y grabación de voz. Quito, 13 de Noviembre de 2017.

# ANEXO 1 ORGANIGRAMA DEL MINISTERIO DE TURISMO



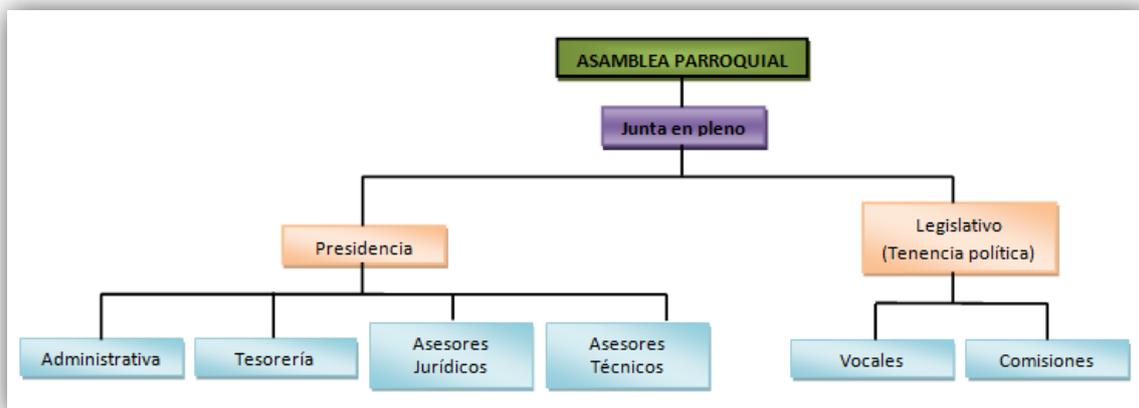
Fuente: Ministerio de Turismo

## ANEXO 2 ORGANIGRAMA DEL CANTÓN MEJÍA



Fuente: GAD del Cantón Mejía, 2016

## ANEXO 3 ORGANIGRAMA DE LA PARROQUIA DE ALOASÍ



Fuente: GAD Parroquia de Aloasí, 2016

## ANEXO 4 ENCUESTA CON FINES ACADÉMICOS

La presente encuesta tiene como objetivo la recopilación de datos que permitirá sustentar la investigación de campo y su uso será exclusivamente académico.

EDAD:..... GÉNERO: M  F

OCUPACIÓN:.....

NIVEL DE EDUCACIÓN: Primaria  Bachillerat  Super  Maste  Doc o

1. ¿Usted conoce lo que involucra el turismo?  
SI  NO

2. ¿Usted realiza o practica el turismo?  
SI  NO

Fuera de la parroquia  Dentro de la parroquia  Especifique:.....

3. ¿Conoce algún atractivo turístico en la parroquia de Aloasí?

Estación del tren   
Santuario de la Virgen de los Dolores   
Hacienda Cayetano   
Volcán El Corazón   
Bosque y Santuario de flora y fauna Cumbiteo   
Otros:.....

4. ¿Recomendaría visitar estos atractivos turísticos?  
SI  NO

5. ¿En qué estado cree usted que se encuentran los atractivos de esta parroquia?  
Deteriorado  Conservado

6. ¿Según su criterio que se debería implementar para mejorar la visita a los atractivos?

.....  
.....

**7. ¿En qué estado se encuentra la planta turística de la parroquia?**

	<b>Muy bueno</b>	<b>Bueno</b>	<b>Malo</b>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agencias de viajes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guianza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades complementarias (Alquiler de caballos, motos, cuadrones, bicicletas, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8. ¿Cree que el gobierno central ayuda al desarrollo y promoción de la actividad turística en Aloasí?**

SI  NO

**¿En qué forma?**.....

**9. ¿Conoce usted si existe material promocional turístico de la parroquia?**

SI  NO

**10. Si su respuesta fue sí, ¿qué tipo de material promocional turístico conoce?**

Trípticos (Información escrita)	<input type="checkbox"/>	Blog	<input type="checkbox"/>
Vallas publicitaria s (Carteleras)	<input type="checkbox"/>	Redes Sociales (Facebook, etc.)	<input type="checkbox"/>
Página Web (Internet)	<input type="checkbox"/>	Material Audiovisual	<input type="checkbox"/>
Otros.....			

**11. A consideración, ¿cuál sería la herramienta publicitaria ideal para la promoción turística de la parroquia?**

Trípticos (Información escrita)	<input type="checkbox"/>	Blog	<input type="checkbox"/>
Vallas publicitaria s (Carteleras)	<input type="checkbox"/>	Redes Sociales (Facebook, etc.)	<input type="checkbox"/>
Página Web (Internet)	<input type="checkbox"/>	Material Audiovisual	<input type="checkbox"/>
Otros.....			

**ANEXO 5  
ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS**

Recopilar datos que permitirá sustentar la investigación y su uso será exclusivamente académico.

**NOMBRE:**..... **CARGO:**.....

**INSTITUCIÓN A LA QUE REPRESENTA:**.....

**1. ¿Qué problemas cree que tiene la parroquia?**

.....  
.....

**2. ¿Cómo se da solución a este tipo de problemas?**

.....  
.....

**3. ¿Cuál es la actividad económica que sustenta a la parroquia?**

.....  
.....

**4. ¿Dentro del GAD parroquial existe un ente de organización que gestione la actividad turística?**

.....  
.....

**5. ¿Cree que la actividad turística ayudaría al desarrollo del lugar? Si-No, ¿Por qué?**

.....  
.....

**6. ¿Como ayuda el Gobierno Central al desarrollo de esta actividad?**

.....  
.....

**7. ¿Qué presupuesto se destina para el desarrollo turístico?**

.....  
.....

**8. ¿En qué aspecto la población aporta o genera turismo en la parroquia?**

.....  
.....

**9. ¿Cuál es la planta turística que está desarrollando a favor del turismo de su parroquia?**

.....  
.....

**10. ¿Existe o no, un plan de marketing con el objetivo principal de promocionar turísticamente a la parroquia?**

.....  
.....

## ANEXO 6

FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE</b>	<b>2. FICHA N</b>	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA</b>	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> TIPO: SUBTIPO:		
<b>6.UBICACIÓN</b>			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde</b>	<b>9.Vía, tipo y estado</b>	<b>10 Medio de acceso</b>	<b>11 Tiempo</b>
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>			
<b>14. HORARIOS</b>	<b>15. PRECIOS</b>	<b>16. PROPIETARIO</b>	
		<b>17. PERSONA CONTACTO</b>	
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b> Semana Fin de semana Feriados Largos Vacaciones			
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>	
<b>22. SERVICIOS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Estacionamiento</li> <li><input type="radio"/> Comida</li> <li><input type="radio"/> Alojamiento</li> <li><input type="radio"/> Visitas guiadas</li> <li><input type="radio"/> Talleres</li> <li><input type="radio"/> Rutas autoguiadas</li> <li><input type="radio"/> Señalización para llegar</li> <li><input type="radio"/> Señalización interna</li> <li><input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura</li> <li><input type="radio"/> Servicios higiénicos</li> <li><input type="radio"/> Seguridad y Manteniendo</li> <li><input type="radio"/> Alquiler de material para realizar actividades</li> <li><input type="radio"/> venta de souvenir, información sobre el recurso</li> <li><input type="radio"/> Folletos</li> <li><input type="radio"/> Teléfono publico</li> <li><input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito</li> <li><input type="radio"/> otros</li> </ul>			
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>			
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>			
<b>25. OBSERVACIONES</b>			
<b>26. Realizada Por:</b>		<b>Fecha:</b>	