

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniería en
Administración Turística

**Plan estratégico turístico para la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano
de Quito**

Autora:

Marcela Alejandra Bunce Inga

Directora:

Stefanía Jácome, Mg.

Agosto, 2018

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Diana Constante

Director de la Escuela de Administración Turística

Presente.

Yo Stefanía Jácome, Directora del Trabajo de Titulación realizado por Marcela Alejandra Bunce Inga estudiante de la carrera de Administración Turística, informo haber revisado el presente documento titulado “Plan estratégico turístico para la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito”, 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

Directora del Trabajo de Titulación

CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Plan estratégico turístico para la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora 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.



.....

Marcela Alejandra Bunce Inga

C.I.: 172663887-5

Quito, agosto 2018

AGRADECIMIENTOS

Al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Lloa, en especial a su Presidente el Señor Arturo Sotomayor por haber aportado la información necesaria para desarrollar y culminar con éxito esta investigación.

A la Universidad Iberoamericana del Ecuador, por formarme y haberme dado la oportunidad de pertenecer a tan noble Institución y de poder ser una estudiante que creyó en todos aquellos Docentes que a lo largo de mi carrera estudiantil de una u otra forma dejaron huella en mi vida con sus conocimientos y experiencias.

A la Magister Stefanía Jácome, por su apoyo incondicional al desarrollar este trabajo, por haber compartido conmigo todos sus conocimientos y por haber confiado en mí y darme la fuerza para concluir mi Trabajo de Titulación.

A la Magister Diana Constante, Directora de la Escuela de Turismo por haber sido más que una docente, una amiga que día a día nos inspira con su trabajo.

Al Magister Patricio Yáñez, quien fue una parte fundamental para concluir con éxito este trabajo de investigación.

Finalmente quiero agradecer a mi familia y a todas aquellas personas que de alguna manera hicieron posible la culminación de este gran sueño.

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme despertar cada día e iluminar mi camino y mi vida, por ser mi inspiración, por no abandonarme en los días difíciles, por darme fortaleza y por permitirme vencer todos los obstáculos que se me han presentado.

A mis padres Marcelo y Patricia, quienes han estado presentes brindándome su apoyo, ayuda y sacrificio desde el inicio de mi carrera, por sus consejos, por los ejemplos de perseverancia, por enseñarme que en la vida hay que esforzarse y luchar por cada uno de los sueños; siempre me han impulsado a seguir adelante y gracias a su ayuda y amor he podido llegar a este momento y lugar.

A mis hermanas Doris, Sarita y Anita, por ser ese impulso de cada día, gracias por cada palabra de aliento, por cada sonrisa, por cada abrazo; gran parte de este trabajo se los debo a ustedes por su infinita paciencia y amor.

A mi compañero de vida Pablo, por enseñarme que siempre hay que sonreírle a la vida aun en los momentos difíciles, por impulsarme a ser mejor cada día, por ser mi complemento y sobre todo por su apoyo y amor incondicional en cada etapa de mi carrera, sin ti esto no habría sido posible.

Mil gracias a absolutamente todos y cada uno de mis familiares a mis abuelos Carlos e Hilda por todo su apoyo y amor, a mis tíos en especial a mi tío Cristian Inga por haber confiado en mí, a mis primas y a mis amigos que, aunque no los nombre han estado junto a mi durante todo este camino.

MUCHAS GRACIAS.

ÍNDICE GENERAL

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	II
CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
DEDICATORIA	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
ÍNDICE DE ANEXOS	XII
RESUMEN	XIII
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del problema	2
1.1.1. Árbol de problemas.....	5
1.2 Justificación	6
1.3 Objetivos	7
1.3.1. Objetivo general.....	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 Turismo en el Ecuador.....	8
2.2 Turismo en el Distrito Metropolitano de Quito	9
2.3 Turismo en la parroquia de Lloa.....	11
2.4 Turismo rural comunitario	12
2.5 Agroturismo	13
2.6 Plan.....	13
2.7 Estrategia.....	13
2.8 Plan estratégico.....	14
2.9 Planificación turística	14
2.10 Plan de Turismo del Ecuador (PLANDETUR 2020).....	15
2.12 Plan estratégico turístico.....	16
Etapas de la planificación estratégica y desarrollo del turismo.....	16
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA EMPLEADA	18
2.1 Descripción del área de estudio	18
2.1.1. Datos generales de la parroquia de Lloa.....	18

2.1.2. Mapa de ubicación geográfica de la parroquia de Lloa	19
2.2 Diagrama climático de la parroquia de Lloa.....	19
2.3 Principales atractivos naturales y culturales de la parroquia de Lloa.....	21
2.4 Bosques protectores	22
2.4.1. Bosque protector La Paz y San José de Quijos	22
2.4.2. Bosque protector Mindo - Nambillo	23
2.4.3. Bosque protector Toachi Pilatón.....	23
2.5 Cobertura vegetal.....	24
2.5.1. Flora.....	24
2.5.2. Fauna	25
2.6 Metodología	25
2.6.1. Metodología cualitativa	25
A) Información de páginas web.....	25
B) Material bibliográfico.....	26
C) Observación.....	26
D) Entrevista:	26
2.6.2. Metodología para la planificación estratégica turística.....	26
2.6.3. Metodología cuantitativa.....	27
A) Encuesta	28
2.7 Población y muestra.....	28
2.7.1. Población.....	28
2.7.2. Muestra	28
CAPÍTULO 4. RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	30
4.1 Tabulación y análisis de datos.....	30
4.2 Análisis de las entrevistas.....	43
4.3 Triangulación de información	46
4.4 Ficha de observación de atractivos turísticos	48
PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE LLOA, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.....	52
4.5 Presentación.....	52
4.6 Estudio preliminar o previabilidad	52
4.6.1. Observación de la zona de estudio	52
4.6.1.1. Análisis de la parroquia de Lloa.....	53
4.6.1.2. Demanda	54

4.6.1.3 Oferta	55
4.6.1.4. Competencia	57
4.6.1.5. Análisis de la competencia	57
4.6.1.7. Superestructura.....	58
4.7 Definición de objetivos de desarrollo turístico	59
4.7.1. Misión.....	59
4.7.2. Visión	59
4.7.3. Valores y principios turísticos	59
4.7.4. Objetivo General	60
4.7.5. Objetivos Específicos.....	60
4.8 Análisis y síntesis	61
4.8.1. Análisis FODA	61
4.9 Formulación del plan.....	63
4.9.1. Cuatro “P’s” del marketing.....	63
4.9.1.1. Producto.....	63
Estrategias de Producto	63
4.9.1.2. Precio.....	64
Estrategias de Precio	65
4.9.1.3. Promoción	66
Estrategias de Promoción.....	66
4.9.1.4. Plaza de Distribución	67
Estrategias de Plaza de Distribución	68
4.9.2. Plan de acción.....	69
4.9.3. Presupuesto.....	72
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
5.1 Conclusiones.....	74
5.2. Recomendaciones	75
GLOSARIO	76
BIBLIOGRAFÍA.....	78
ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1. Entrada de extranjeros al Ecuador según los principales mercados emisores. Años: 2012-2015.....	9
Tabla Nº 2. Llegada de turistas a Quito de los principales mercados emisores	10
Tabla Nº 3. Desarrollo del proceso de planificación estratégica del turismo....	16
Tabla Nº 4. Datos generales de la Parroquia de Lloa.....	18
Tabla Nº 5. Principales atractivos culturales y naturales de la Parroquia de Lloa	21
Tabla Nº 6. Principales especies de flora distribuidas en toda la parroquia de Lloa.....	24
Tabla Nº 7. Principales especies de fauna distribuidas en toda la parroquia de Lloa.....	25
Tabla Nº 8. Análisis de la entrevista al Presidente del GAD de Lloa y al Presidente del Sector San Francisco de Cruz Loma.....	44
Tabla Nº 9. Análisis de la entrevista al Representante del Infocentro de Lloa y al Presidente de la Asociación de trabajadores turísticos de la parroquia de Lloa.....	45
Tabla Nº 10. Análisis de fichas de observación de atractivos turísticos.....	50
Tabla Nº 11. Establecimientos de alimentación.....	56
Tabla Nº 12. Establecimientos de alojamiento.....	56
Tabla Nº 13. Competencia Directa e indirecta de la parroquia de Lloa.....	57
Tabla Nº 14. Servicios de instituciones privadas, públicas y ONG´s.....	58
Tabla Nº 15. Análisis FODA.....	61
Tabla Nº 16. Plan de Acción – Producto.....	69

Tabla Nº 17. Plan de Acción – Precio.....	.70
Tabla Nº 18. Plan de Acción – Promoción.....	70
Tabla Nº 19. Plan de Acción – Plaza de Distribución.....	72
Tabla Nº 20. Presupuesto.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Árbol de problemas.....	5
Figura N° 2. Ubicación Geográfica de la Parroquia de Lloa.....	19
Figura N° 3. Diagrama Climático de la parroquia de Lloa.....	20
Figura N° 4. Porcentaje de respuesta en torno al país de origen del visitante.	30
Figura N° 5. Porcentaje de respuesta en torno a la edad del visitante	31
Figura N° 6. Porcentaje de respuesta en torno a la promoción de atractivo....	32
Figura N° 7. Porcentaje de respuesta en torno a frecuencia de visita a los atractivos.....	33
Figura N° 8. Porcentaje de respuesta en torno a acompañantes de viaje.....	34
Figura N° 9. Porcentaje de respuesta en torno a la experiencia de los visitantes con el atractivo.....	35
Figura N° 10. Porcentaje de respuesta en torno a motivo de viaje	36
Figura N° 11. Porcentaje de respuesta en torno al transporte utilizado.....	37
Figura N° 12. Porcentaje de respuesta en torno al gasto diario por persona...38	
Figura N° 13. Porcentaje de respuesta en torno al gasto diario por persona con servicios, productos e infraestructura mejorada.....	39
Figura N° 14. Porcentaje de respuesta en torno al servicio de alojamiento.....	40
Figura N° 15. Porcentaje de respuesta en torno al servicio de alimentación ...	41
Figura N° 16. Porcentaje de respuesta en torno al servicio de guianza.....	42
Figura N° 17. Porcentaje de respuesta en torno al servicio de información turística	43

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1. Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros a ser efectuada en la Parroquia de Lloa.....	83
Anexo N° 2. Entrevista aplicada al Presidente del GAD de la Parroquia de Lloa y al Presidente del Sector San Francisco de Cruz Loma.....	86
Anexo N° 3. Entrevista aplicada al Representante del Infocentro en la parroquia de Lloa y al Presidente de la Asociación de trabajadores turísticos de la parroquia de Lloa	87
Anexo N° 4. Ficha de observación del atractivo Guagua Pichincha.....	88
Anexo N° 5. Ficha de observación del atractivo Iglesia y Parque Central.....	90
Anexo N° 6. Ficha de observación del atractivo Sector Chiriboga.....	92
Anexo N° 7. Ficha de observación del atractivo Ruta Ecológica Lloa–Mindó...	94
Anexo N° 8. Ficha de observación del atractivo Termas de Palmira.....	96
Anexo N° 9. Proforma Editorial Patria Multiservicios.....	98

RESUMEN

La presente investigación fue realizada en la Parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito y se basa en la creación de un Plan Estratégico Turístico para dicho lugar, con el fin de aprovechar y dar a conocer cada uno de sus atractivos turísticos a nivel nacional.

De esta manera, se logró el diseño de un Plan Estratégico Turístico con diferentes acciones incluidas en ella, acorde a las necesidades y situaciones que se encontraron en la parroquia, para así emprender una mejora en los servicios, productos y actividades turísticas de este destino.

El trabajo de titulación contiene cinco capítulos, en los cuales se ha ido desarrollando paso a paso el Plan Estratégico Turístico, con el fin de proponer nuevas estrategias y una correcta planificación turística que permitan aprovechar los recursos, promocionar adecuadamente a la parroquia y por ende beneficiar de manera económica a la población.

Para realizar la investigación se consultaron leyes y reglamentos que sustentaron la elaboración del trabajo. Además, se efectuó un análisis geográfico, inventario de atractivos, análisis de oferta y demanda turística, generando un estudio turístico de la parroquia de Lloa.

Palabras claves: Plan Estratégico, Planificación Turística, Actividad Turística, Atractivo Turístico, Estrategia, Producto Turístico.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

La parroquia de Lloa ubicada en la provincia de Pichincha, Distrito Metropolitano de Quito, cuenta con las características adecuadas para desarrollar un plan turístico que permita mejorar la calidad de vida de los habitantes, así como ofrecer a los turistas varias alternativas de diversión y esparcimiento en una parroquia que en la actualidad se ha convertido solo en un lugar de paso, pero que es un potencial turístico escondido (GAD Lloa, 2012).

La Parroquia está asentada en una altitud que oscila entre los 1800 msnm., en el sector del río Saloya y los 4675 msnm., en la cumbre del volcán Guagua Pichincha, teniendo por tal motivo variedad de ecosistemas. Lloa ofrece varias alternativas de visitas culturales, como El Santuario de El Cinto y la Iglesia central, así como visitas a lugares naturales como las termas medicinales de Palmira, caminata hacia el Guagua Pichincha y cerro Atacazo, rutas ecológicas, bosques primarios, cascadas y ríos, dónde se podrá realizar diferentes actividades como caminatas, pesca deportiva, ciclismo, observación de flora y fauna, degustación de su variada gastronomía entre otros.

Al mismo tiempo, el presente Trabajo de Titulación tiene como objetivo principal diseñar un Plan Estratégico para fomentar las actividades turísticas en la parroquia de Lloa, como parte de una planificación turística que genere mejoras en los recursos y servicios que ofrece, a través de estrategias y soluciones a los principales problemas detectados mediante un análisis de observación e investigación previa.

Finalmente, se busca proponer estrategias que generen el crecimiento de la parroquia de Lloa y así brinden una mayor satisfacción durante la visita del turista nacional y extranjero.

1.1 Planteamiento del problema

Según el Ministerio de Turismo, 2013 Lloa es la parroquia más extensa del Distrito Metropolitano de Quito, cuenta con paisajes andinos y subtropicales, atractivos naturales, lugares turísticos, áreas de recreación y descanso que ofrecen a los turistas nacionales y extranjeros una estadía placentera y segura. Se desarrolla en medio de una variedad de pisos climáticos que permiten a los pobladores de esta zona dedicarse a la producción agrícola, a la crianza y comercialización de ganado vacuno, ovinos derivados lácteos; entre otros

El desarrollo del turismo como una opción de trabajo, y por ende de ingresos económicos, ha logrado que un sector de la sociedad de la parroquia de Lloa se dedique a ofrecer este tipo de servicio, sin tener la capacitación técnica necesaria para hacer de la actividad turística un negocio sustentable que aporte beneficios económicos y progreso en la zona (IMP, 2015).

El Instituto Metropolitano de Patrimonio, en el año 2015, con la finalidad de ayudar y promocionar el turismo en esta parroquia, hizo una inversión aproximada de 120000 dólares para recuperar la iglesia, el parque central y otros espacios públicos con gran potencial cultural.

Lloa tiene mucho por explotar, especialmente los atractivos naturales, pero no ofrece facilidades óptimas al visitante en función a las siguientes problemáticas:

- **Actividad turística deficiente:** reflejado en tres aspectos:

Servicios: los propietarios de los establecimientos que ofertan actividades turísticas, no cuentan con la capacitación necesaria para poder brindar un servicio innovador y de calidad a los turistas, la carencia de guianza dentro de senderos y atractivos que resalte su importancia, es uno de los tantos servicios ineficientes que existen.

Facilidades: dentro de estas se pueden evidenciar diferentes lugares de expendio de comida inadecuados, senderos inapropiados e inseguros, ausencia de facilidades para deportes de aventura, servicios higiénicos deteriorados; todos esos problemas hacen que el turismo en el lugar no pueda ser desarrollado e impulsado correctamente.

Organización: La deficiente organización también es otro de los problemas para la parroquia, no existe una persona ni un sitio establecido formal y oficialmente para la elaboración de proyectos turísticos, por lo que no se puede desarrollar la parroquia en un sentido turístico de una manera ordenada.

- **No se cuenta con una Planificación Turística del sector:** en años anteriores no contaban con planes estratégicos para aprovechar turísticamente la parroquia. En la actualidad poseen proyectos en los cuales se está trabajando para recuperar y explotar dichos atractivos, pero estos proyectos no han tenido el seguimiento adecuado para que se puedan observar resultados positivos y beneficiosos para la zona. (GAD Lloa, 2012).
- **Baja promoción turística:** La escasa promoción y publicidad de los atractivos turísticos de la parroquia no ha permitido que los posibles turistas

conozcan el sitio y de esta manera es difícil difundir información que requieren para ser visitados (GAD Lloa, 2012).

La presente propuesta de Trabajo de Titulación aborda formas de mejorar el desarrollo turístico mediante un plan estratégico turístico y busca responder las siguientes preguntas:

A. ¿Cuáles son las causas que han limitado el desarrollo del turismo en la parroquia de Lloa?

B. ¿Qué estrategias se deben desarrollar para promocionar los atractivos turísticos de esta parroquia?

1.1.1. Árbol de problemas

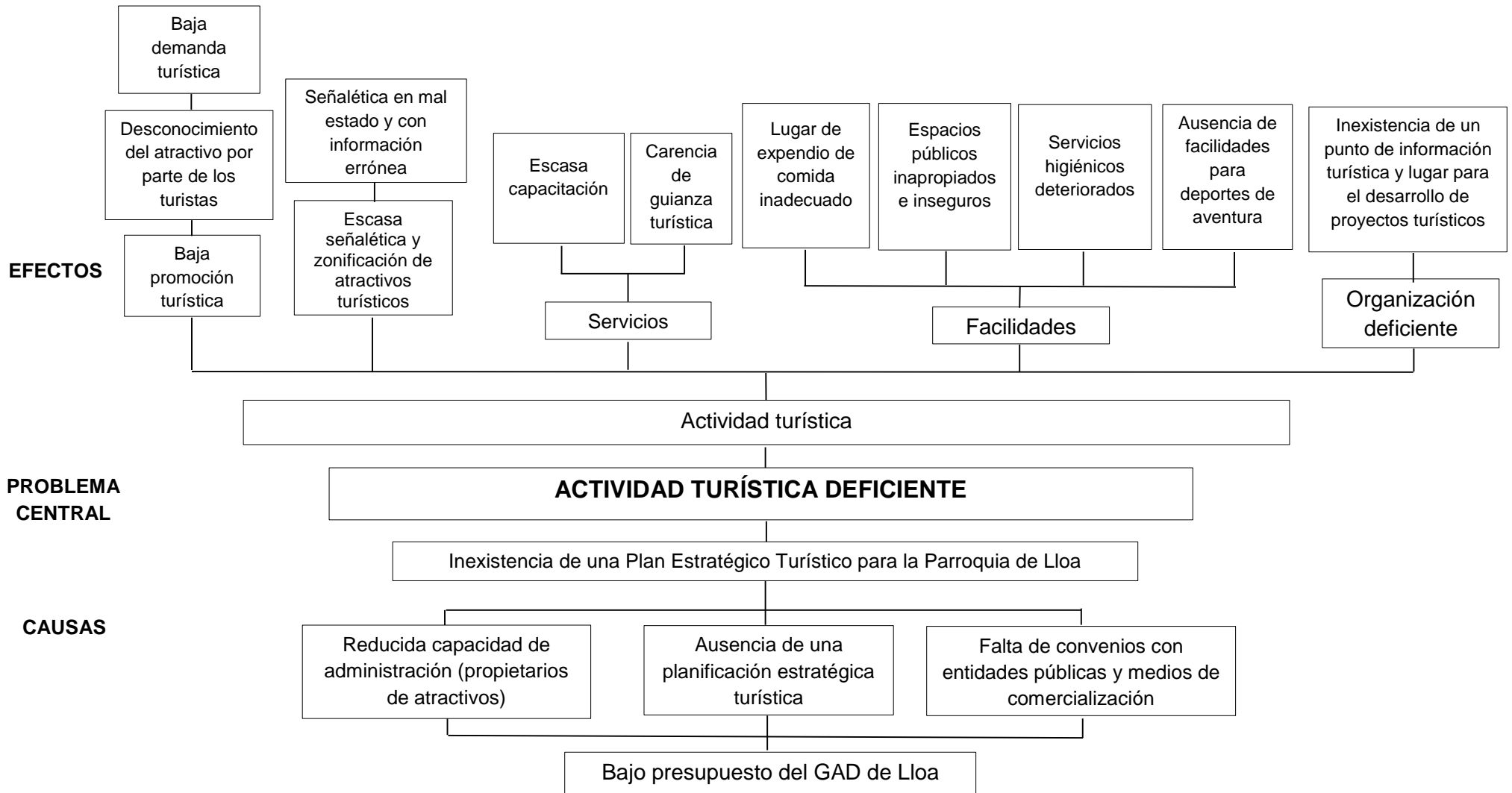


Figura Nº 1. Árbol de Problemas. Fuente presente investigación

1.2 Justificación

Según el folleto Panorama Organización Mundial de Turismo (OMT) del Turismo Internacional 2014, durante las últimas décadas el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

El Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de Lloa 2012-2025, menciona que el turismo en la parroquia es una de las actividades que actualmente aporta ingresos significativos a la economía; sin embargo, cuenta con el potencial necesario para poder desarrollarla aún más, en conjunto con la población y el gobierno parroquial.

La aplicación de un plan estratégico para la parroquia de Lloa, nace de la necesidad de desarrollarla turísticamente debido a la afluencia de personas que visitan y sienten atracción por este sector, así como también para aprovechar la ubicación, ya que se encuentra en el centro de la provincia de Pichincha.

Con el desarrollo de este Plan se pretende diseñar e impulsar el turismo en la zona mediante la creación de empresas turísticas orientadas a mejorar las condiciones de vida de los pobladores, contribuyendo al uso sostenible de los recursos naturales locales de una manera adecuada, permitiendo el desarrollo de los habitantes en el aspecto social económico y cultural. Como consecuencia, el turista conocerá y disfrutará de mejor manera la biodiversidad de la zona (GAD Lloa, 2012).

Se busca despertar el interés de los habitantes para que inviertan en el desarrollo turístico, requiriendo especialmente que la empresa privada genere la capacidad económica, así como también que el gobierno parroquial le dé mayor importancia a este aspecto para futuras inversiones e investigaciones (OMT, 2012).

Este plan pretende promover una cadena productiva turística armonizada, que dinamice actividades económicas tales como el alojamiento, la alimentación y el transporte, entre otros servicios, con alta incidencia en la valorización del patrimonio cultural y natural y que genere una demanda de bienes y servicios provistos por otros sectores económicos.

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un plan estratégico turístico que permita el desarrollo óptimo de la actividad en la parroquia de Lloa.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar los fundamentos metodológicos de una Planificación Estratégica Turística, para identificar las etapas y desarrollar el plan.
- Realizar un diagnóstico situacional para evaluar el potencial turístico de la parroquia de Lloa.
- Elaborar el plan estratégico turístico para la parroquia de Lloa con base en los fundamentos metodológicos.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Turismo en el Ecuador

Sin duda alguna, el turismo en el Ecuador es un sector importante para la reactivación económica, la generación de nuevas plazas de empleo, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructuras hoteleras, puertos y vías y la entrada de divisas (PRO ECUADOR, 2012).

Ecuador tiene ventajas sobre los demás países ya que posee cuatro regiones que van desde la diversidad topográfica de la Amazonía a volcanes y nevados de los Andes; amplias playas en la Costa y las tan conocidas Islas Galápagos, conocidos como las islas encantadas, en la región insular. Lo interesante de las cuatro regiones es que, cada una de ellas representa un ecosistema único y por lo tanto, el país cuenta con la mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado.

El sector turístico del Ecuador se estructura por mundos turísticos, debido a lo establecido por el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE, 2014). En este plan se detallan los productos turísticos y la oferta de servicios del sector en cada mundo.

En el Ecuador se registraron 1.544.463 llegadas de extranjeros en el año 2015, observándose un decrecimiento del 0,80% en relación al año anterior, siendo los principales mercados emisores los ubicados en el continente americano, destacándose Colombia con una participación del 22.5%, Estados Unidos 17% y Perú 10.7%. El continente europeo mantiene una cuota significativa, con países como España 4.3%, Alemania 2.1% y Reino Unido 1.7% (CGEIMINTUR, 2015).

Tabla N° 1. Entrada de extranjeros al Ecuador según los principales mercados emisores. Años: 2012-2015

Mercados Emisores	2012	2013	2014	2015
TOTAL	1.271.901	1.364.057	1.556.991	1.544.463
COLOMBIA	349.455	343.004	268.079	348.151
ESTADOS UNIDOS	248.064	248.852	259.406	263.081
PERÚ	137.084	150.427	175.405	165.223
ESPAÑA	65.764	64.726	67.623	67.545
REINO UNIDO	21.142	23.363	27.126	26.782
ALEMANIA	29.582	28.292	33.303	33.209

Fuente: Base de datos Entradas y Salidas Internacionales INEC 2011-2015

La Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, menciona que las ciudades más visitadas por extranjeros durante el 2017 en el Ecuador fueron Quito, Galápagos y Otavalo.

Según las estadísticas del Ministerio de Turismo, la cantidad de extranjeros que han ingresado en el 2016 es de un total de 1'352.405 turistas y salieron 1'323.235. Mientras que, desde enero a julio del 2017, se registran 914.477 turistas extranjeros que ingresaron, lo que suma un 9,3% a diferencia del anterior año.

2.2 Turismo en el Distrito Metropolitano de Quito

La Empresa Metropolitana Quito Turismo se dedica a mejorar la experiencia del visitante en la capital, así como a hacer del turismo una industria primaria en la región, que genera plazas de trabajo y bienestar para cientos de miles de personas. Uno de los ejes de trabajo de Quito Turismo es el Desarrollo y Gestión Turística de Quito para convertirla en un importante destino con diversa oferta turística y de calidad. Para ello, se han determinado proyectos

para el Desarrollo Turístico Rural y Urbano, así como para la Facilitación Turística (EPMQT, 2014).

Quito Turismo, ha visto la necesidad de formular un Plan Estratégico para la ciudad, mismo que tiene un tiempo de implementación hasta el 2021. Son varios los actores que estuvieron involucrados en este proceso: empresas privadas, públicas, miembros de cámaras e industrias dedicadas al desarrollo del turismo.

Mediante un proceso participativo se diseñó los elementos necesarios para preparar una propuesta del Plan Estratégico, el mismo que contiene un diagnóstico de la situación actual; el direccionamiento mediante el cual se ha formulado una nueva misión, visión y valores deseados que deben regir a la empresa y todos los actores del desarrollo turístico; y, la formulación estratégica, en la que se han definido los principales objetivos que guiarán la gestión organizacional (EPMQT, 2014).

Tabla N° 2. Llegada de turistas a Quito de los principales mercados emisores.

LLEGADA DE TURISTAS AL D.M.Q. MERCADOS EMISORES	2016	2017	Participación 2016	Variación 2015-2016	Participación 2017	Variación (e) 2016-2017
Estados Unidos	161.553	126.917	25,8%	-1,4%	22,3%	-21,4%
Colombia	55.945	53.591	8,9%	-1,7%	9,4%	-4,2%
Ecuador	86.433	103.479	13,8%	29,3%	18,2%	19,7%
España	38.043	26.748	6,1%	-13,1%	4,7%	-29,7%
Venezuela	27.367	23.557	4,4%	-46,7%	4,1%	-13,9%
Canadá	19.087	16.215	3,1%	-11,9%	2,9%	-15,0%
Alemania	17.627	15.575	2,8%	-5,0%	2,7%	-11,6%
Argentina	17.058	13.849	2,7%	-29,6%	2,4%	-18,8%
Reino Unido	17.548	14.110	2,8%	-0,2%	2,5%	-19,6%
Francia	13.313	11.584	2,1%	-5,2%	2,0%	-13,0%
Perú	12.648	12.677	2,0%	-12,5%	2,2%	0,2%
Chile	10.427	10.343	1,7%	-5,1%	1,8%	-0,8%
México	16.194	14.951	2,6%	-5,7%	2,6%	-7,7%
Brasil	10.697	10.735	1,7%	-17,3%	1,9%	0,4%

Fuente: Quito turismo en cifras, 2017

El principal mercado emisor del Distrito Metropolitano de Quito es Estados Unidos, con una participación del 22,3%, seguido por los habitantes del Ecuador con una participación del 18.2%, lo que demuestra que el turismo interno está siendo fortalecido por medio de estas instituciones.

Quito Turismo ha impulsado la actividad en parroquias como Nanegal, Pacto, Gualea, Nono, Lloa, La Merced; mismas que han sido beneficiadas con rutas turísticas, provisión de servicio de recreación, alimentación y guianza, lo que ha permitido diversificar la economía local, donde la actividad turística se ha convertido en una alternativa de desarrollo para la comunidad que aportan a mejorar su calidad de vida (Quito Turismo, 2015).

2.3 Turismo en la parroquia de Lloa

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012, la parroquia de Lloa, es una de las 33 parroquias del Cantón Quito, Provincia de Pichincha ubicada a 11.91 km de distancia de la ciudad de Quito, en dirección sur oeste, conocido por sus habitantes con el nombre de Valle andino volcánico de Lloa, se ubica en las faldas del Volcán Guagua Pichincha. Este valle se extiende hasta colindar con las quebradas de los ríos Blanco, Cinto, Cristal y Saloya. La cabecera parroquial lleva el mismo nombre. Administrativamente, la parroquia rural de Lloa, pertenece a la Administración Municipal Zona Sur “Eloy Alfaro”.

La parroquia cuenta con recursos naturales y patrimoniales para el desarrollo económico, mediante fuentes de trabajo a través del turismo rural, agroturismo, turismo comunitario, pesca deportiva, turismo de aventura, entre otros.

Sotomayor, 2017 menciona que mensualmente ingresan a la parroquia aproximadamente 900 turistas nacionales y extranjeros, atraídos por el volcán

Guagua Pichincha, las fuentes de aguas termales con sus baños de lodo, medicina alternativa, por la presencia de sus bosques primarios con flora y fauna nativa del sector y demás atractivos.

Entre las actividades más relevantes que se pueden encontrar están: cabalgatas, camping, ciclismo, trekking, pesca recreativa y deportiva, ascenso al Volcanes, recorridos a bosques primarios, caminatas ecológicas las más conocidas y promocionadas, LLoa-Mindo, El Cinto-Cruz Loma.

Como vemos la parroquia tiene muchos atractivos, por lo que es necesario una mayor concientización de la población para promover estas zonas de interés turístico.

2.4 Turismo rural comunitario

Dentro de la modalidad de turismo rural se encuentra el Turismo Rural Comunitario TRC, el cual tiene como fin principal el involucramiento de las comunidades en la actividad turística; son experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad (Ibáñez, 2015).

En Ecuador a través de la representación de la FEPTCE las comunidades motivan a las autoridades a poner atención en los temas orientados hacia la inclusión de la participación comunitaria y de la economía popular y solidaria, como eje transversal de la normativa; la democratización real de los medios y factores del turismo como actividad económica productiva; el reconocimiento del turismo comunitario como una actividad de gestión comunitaria, colectiva y organizada (Nasimba et al, 2016).

2.5 Agroturismo

Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Sus principales motivaciones son: el contacto con las actividades económicas tradicionales en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza (Ibáñez, 2015).

2.6 Plan

Acerenza, 2014 define a un plan como la manera de organizar los factores productivos a futuro para obtener resultados previamente definidos. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. La planificación puede considerarse así un intento de reducir la incertidumbre a través de una programación de las propias actividades, tomando en cuenta los más probables escenarios donde éstas se desarrollarán.

2.7 Estrategia

Es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos. Consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo se va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos, se las realiza mediante un proceso en el cual se analiza la situación externa e interna, estableciendo objetivos generales y formulando las estrategias a seguir para lograr los objetivos que se han planteado (Acerenza, 2014).

2.8 Plan estratégico

Para Bulla y Jiménez, 2013 el plan estratégico es un conjunto de acciones desarrolladas para lograr los objetivos, implica definir y priorizar los problemas a resolver, ayudando a plantear soluciones, y asignando recursos. Involucra el estado presente del lugar, así como también crea un sistema flexible e integrado de objetivos y sus correspondientes estrategias, teniendo en cuenta a todos los involucrados.

Contribuye a actividades ordenadas y con un propósito. Todos los esfuerzos están apuntados hacia los resultados deseados y se logra una secuencia efectiva de tales esfuerzos. El trabajo no productivo se minimiza y señala la necesidad de cambios futuros, ayudando a visualizar las amenazas y oportunidades que se pueden presentar y evaluando nuevos campos para una posible participación en ellos.

2.9 Planificación turística

Acerenza, 2014 menciona que la planificación del turismo es un proceso racional cuyo objetivo principal consiste en asegurar el crecimiento o desarrollo turístico. Este proceso implica vincular aspectos relacionados con la oferta, demanda y, todos los subsistemas turísticos, en relación con las orientaciones del resto de los sectores de un país

La planificación turística, debe tener en cuenta la generación de actividades conectadas e integradas que prioricen delinear un proceso de desarrollo socioeconómico y cultural dentro de la comunidad. Es decir, se debe establecer que el intento de un aprovechamiento de la actividad turística significa aportar y trabajar para el desarrollo de las estructuras y personas que integren el sistema

turístico, abarcando en esa planificación a toda la comunidad local y a sus principales referentes (Bulla y Jiménez, 2013)

La planificación parte de la integración y organización de todos los entes involucrados en el turismo, busca mejorar el producto y servicio ofertado para incrementar las ventas, su finalidad es fortalecer el sector turístico de un determinado país, región, etc.

La OMT describe a la planificación turística como un instrumento que busca definir las condiciones generales de un territorio en un plazo de tiempo amplio, y como un instrumento central de desarrollo turístico que ha cambiado el enfoque a través de los años.

2.10 Plan de Turismo del Ecuador (PLANDETUR 2020)

Muchos países han dedicado sus esfuerzos para plantearse facilidades turísticas como claves para la calidad y ofrecimiento de los productos turísticos. En este sentido, es importante destacar que el Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador (PLANDETUR) busca consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, mejorando la calidad de vida de su población y a la vez procurando satisfacción de la demanda turística, aprovechando las ventajas competitivas y elementos de unicidad del país; por ello, promueve la inversión en facilidades turísticas con la finalidad de potencializar las condiciones de la oferta turística nacional, fomentando el desarrollo local para generar oportunidades equitativas en el marco del Buen Vivir (Nasimba y Cejas, 2015).

Este es un plan estratégico desarrollado por el estado ecuatoriano que permitirá la integración de todos los sectores involucrados a la actividad turística, el mismo que permitirá posicionar al Ecuador en un mercado nacional e internacional, como uno de los principales destinos turísticos a visitar por los turistas, el cual contribuirá al desarrollo económico de toda la población mejorando su calidad de vida (PLANDETUR 2020, 2007).

2.12 Plan estratégico turístico

La planificación estratégica del turismo se inició en la década de los sesenta como disciplina académica y científica (Nag, et al., 2007; Ramos y Ruiz, 2004) de la cual fueron pioneros Chandler, Andrews, Ansoff y Guth, quienes la introdujeron con el termino business policy, que después evoluciono hasta el término strategic planning.

Fred, 2008 menciona que la planificación estratégica del turismo es necesaria porque optimiza la rentabilidad de los recursos sin arriesgar su futuro, maximiza la satisfacción del turista, garantiza la prosperidad de la población local y contribuye a la estrategia competitiva del destino

Etapas de la planificación estratégica y desarrollo del turismo

Tabla Nº 3. Desarrollo del proceso de planificación estratégica del turismo.

AUTOR	AÑO DE PUBLICACIÓN	PROCESO DE LA PLANIFICACION ESTRATÉGICA	DESARROLLO DE LA PROPUESTA
David Fred	2008	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulación 2. Implementación 3. Evaluación de la estrategia 	Las tres etapas propuestas por Fred, ayudan a formular una visión y misión acorde a la empresa, realizar un análisis del lugar de estudio, proponer nuevas estrategias de cambio e implementarlas y finalmente evaluarlas.
Luis Jiménez Bulla y Wilson Jiménez	2013	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio preliminar 2. Estudios y evaluaciones 3. Análisis y síntesis 4. Formulación del plan 	Según Ricaurte, el proceso de planificación incluye las etapas de diagnóstico, análisis y Ricaurte concluye que las primeras cinco etapas corresponden al proceso de planificación y la última se orientan a las

Barbosa			actividades de ejecución y aplicación de las nuevas estrategias de desarrollo.
Miguel Ángel Acerenza	2014	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de la gestión llevada a cabo con anterioridad 2. Evaluación de la posición del turismo en la actualidad 3. Formulación de la política turística 4. Determinación del plan estratégico de desarrollo 5. Especificación de los programas de acción 	El proceso que sugiere Acerenza está conformado por cinco etapas integradas en una secuencia lógica e incluye no solo las decisiones básicas implicadas en el mismo, sino también las condiciones particulares en que debe llevarse a cabo. La planificación estratégica implica en esencia tomar decisiones.

Fuente: presente investigación

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA EMPLEADA

El capítulo III está dividido en dos partes, en la primera se realiza una descripción geográfica y general del área de estudio. La segunda parte está compuesta por una descripción metodológica cualitativa y cuantitativa que detalla las herramientas, instrumentos y técnicas a ser utilizadas dentro de la presente investigación.

2.1 Descripción del área de estudio

2.1.1. Datos generales de la parroquia de Lloa

El GAD Parroquial de Lloa a través del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2025 describe los siguientes datos generales de la zona.

Tabla Nº 4. Datos generales de la Parroquia de Lloa.

PARROQUIA DE LLOA	
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Superficie	547.25 km ²
Altitud	Entre los 1800 y 4675 msnm
Limites Parroquiales	Norte Parroquia de Nono y Cantón San Miguel de los Bancos, al Sur Cantón Mejía, al Este Ciudad de Quito Distrito Metropolitano y al Oeste Parroquia de Mindo, Cantón San Miguel de los Bancos y Santo Domingo de los Tsáchilas.
Longitud	78°34'55.67" W
Latitud	0°14'52.92" S
Clima	Páramo y Subtropical
Temperatura	Entre 4 a 26 ° C
Precipitación anual	De 1000 a 2500 mm/año
Población	1494 habitantes (2015)
Composición Poblacional	58% hombres y 48% mujeres
División Política	1 Parroquia: Lloa
	6 Recintos: Chiriboga, Palmira, Playas del Cristal, El Arrayan, San José de Guarumal y La Victoria.

	9 Barrios: la Victoria, San Luis, San José, Uraurco, San Francisco de Cruz Loma, Oswaldo Guayasamín, 29 de Mayo, Chilcapamba y San Juan.
Establecido como Parroquia	Ley de División Territorial del 29 de mayo de 1861.
Significado del Nombre	Lloa significa Planicie en lo Alto, es una mezcla del vocablo Cara y Colorado, que fueron las poblaciones que más incidencia tuvieron en el sector que hoy conocemos como Lloa.

Fuente: GAD Parroquial de Lloa, 2012-2025.

2.1.2. Mapa de ubicación geográfica de la parroquia de Lloa



Figura N° 2. Ubicación Geográfica de la Parroquia de Lloa

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Lloa 2012-2025

2.2 Diagrama climático de la parroquia de Lloa

Lloa goza de un clima frío, templado y subtropical, particular del sector de la sierra ecuatorial. La pluviosidad media anual se encuentra en 1150 mm presentando un régimen de precipitación que corresponde a una distribución de

tipo Andino; por lo tanto, este régimen responde a factores de naturaleza orográfica y por la presencia de la Cordillera de los Andes (GAD LLOA, 2012).

De acuerdo con Köppen y Geiger el clima se clasifica como Cfb. En la figura N° 3 se muestra el Diagrama Climático de la parroquia de Lloa, donde el mes de julio es el más seco con 28 mm, mientras que la mayor precipitación es en el mes de abril con 190 mm.

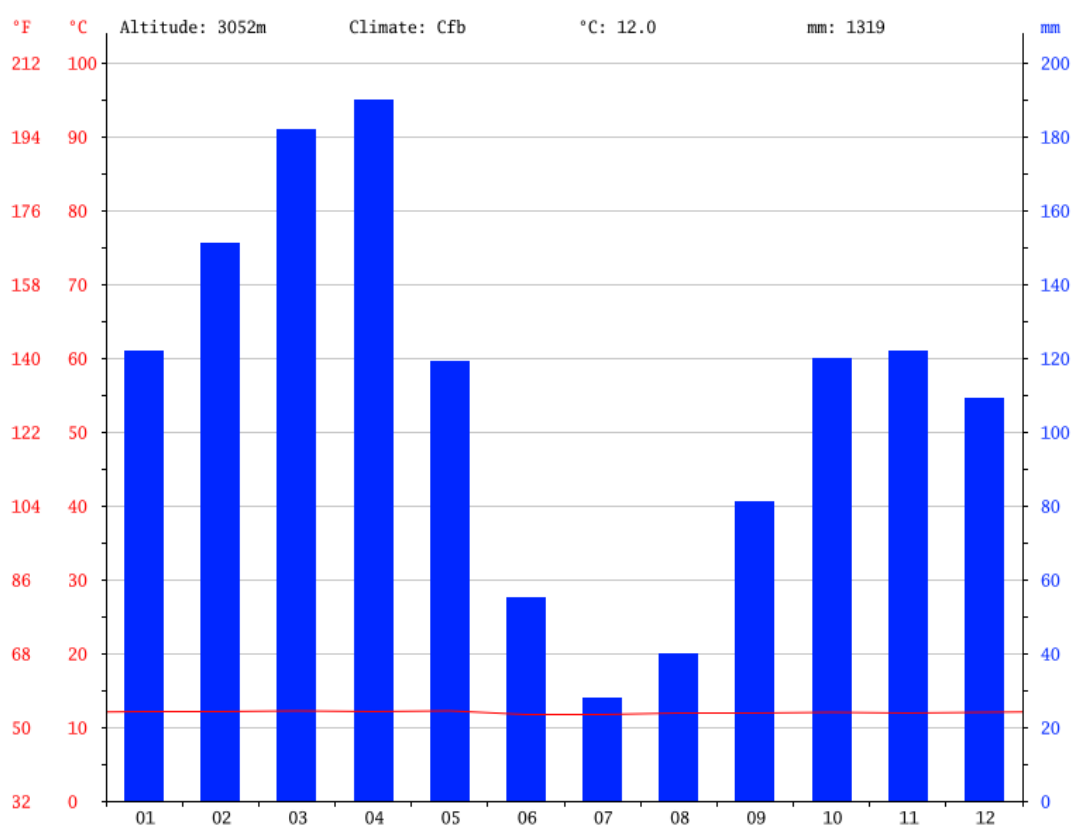


Figura N° 3. Diagrama Climático de la parroquia de Lloa
Fuente: <https://es.climate-data.org/location/279852/>

2.3 Principales atractivos naturales y culturales de la parroquia de Lloa

Los atractivos culturales y naturales que se convierten en el potencial turístico importante de la Parroquia de Lloa, se presentan en la Tabla N° 5 en la que se detalla el recinto o sector, el atractivo, su clasificación y una breve descripción. Información que fue tomada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Lloa 2012 - 2025 y como fuente principal una entrevista personal.

Tabla N° 5. Principales atractivos culturales y naturales de la Parroquia de Lloa

Nº	RECINTO/ BARRIO	ATRACTIVO	ADMINISTRACIÓN
1	Lloa	Iglesia de Lloa y Parque Central	Pública
2	Lloa	Hacienda La Antigua	Privada
3	Palmira	Termas de Palmira	Privada
4	El Cinto	Santuario de la Virgen de El Cinto	Pública
5	Uraurco	Quesera de Uraurco	Privada
6	San Francisco de Cruz Loma	Volcán Guagua Pichincha	Pública
7	San Francisco de Cruz Loma	Volcán Ruco Pichincha	Pública
8	San Francisco de Cruz Loma	Volcán Padre Encantado	Pública
9	Playas del Cristal	Playas del Cristal	Pública
10		Cascadas de Chirincho	Pública
11		Cascadas de las 7 Caras	Pública
12	Playas del Cristal	Ruta de cascadas Río Cristal	Pública

13	San José de Guarumal	Cascadas Guarumal	Pública
14	Chiriboga	Cascadas Chiriboga - La Paz	Pública
15		Minas de Soroche	Pública
16		Gruta de la Virgen del Volcán	Pública
17		Cuevas de Coriupto	Pública
18	Lloa - Chiriboga	Ruta Lloa - Mindo	Pública
19	San Francisco de Cruz Loma	Ruta Lloa - Guagua Pichincha	Pública
20	San Francisco de Cruz Loma	Ruta Lloa - Ruco Pichincha	Pública
21	San Francisco de Cruz Loma	Ruta Guagua Pichincha Ruco Pichincha	Pública
22		Ruta Chiriboga Mindo	Pública
23		Bosque Primario Santa Rosa Iyasquel	Pública
24	Chiriboga	Bosque Protector Mindo - Tambillo	Pública
25	La Victoria	Bosque Primario Victoria	Pública
26		Bosque Primario La Paz	Pública
27	Chiriboga	Bosque Primario Chiriboga	Pública
28	San José de Guarumal	Bosque Primario Guarumal	Pública
29		Río Saloya	Pública
30		Río Blanco	Pública
31	Playas del Cristal	Río Cristal	Pública

Fuente: Sotomayor, A. 2017

2.4 Bosques protectores

2.4.1. Bosque protector La Paz y San José de Quijos

Posee una superficie de 403.43 hectáreas. Está ubicado cerca del Bosque San Carlos de Yanahurco al norte; al sur el cerro Rumi Brujo y cercano al suroeste

al bosque Parte Alta de Río Saloya y quebradas San Juan; la cordillera La Tercena al oeste y al este el cerro La Silla y la quebrada Monjas.

2.4.2. Bosque protector Mindo - Nambillo

Posee una superficie de 19.468.300 hectáreas. Se localiza entre las Parroquias de Nono, Lloa y Mindo, Cantón San Miguel de Los Bancos. Está limitado al norte por el bosque Cuenca del Río Guayllabamba, al sur el bosque Santa Rosa y Yasquel y el bosque Toaza, al oeste el río Cinto y al este el bosque parte del área de las sub cuencas de los ríos Pichán y Verde Cocha; y el bosque Flanco Oriental de Pichincha y Cinturón Verde.

2.4.3. Bosque protector Toachi Pilatón

Se encuentra en la sierra norte del Ecuador, Provincias de Pichincha y Santo Domingo de los Tsáchilas, posee una superficie de 34015.56 hectáreas.

Se localiza en las Parroquias de Lloa del Cantón Quito; Manuel Cornejo Astorga, Alóag, del Cantón Mejía y Alliriquín del Cantón Santo Domingo de los Tsáchilas, entre las cordilleras de Lapadores y Solaya y el bosque de la Estacion Científica Guajalito al norte; al sur y al este la carretera que va desde Aloag a Alluriquín y al oeste limita una parte con el bosque Subcuenca Alta del río Solaya y Quebrada San Juan.

Yáñez (2013) menciona que la importancia de cuidar estos bosques primarios radica en que son los encargados de realizar diferentes procesos como la respiración, la fotosíntesis, la transpiración, las formaciones vegetales de nuestro planeta (en especial las selvas) mantienen niveles adecuados de oxígeno, anhídrido carbónico y agua en la atmósfera. Estos procesos son

abruptamente interrumpidos cuando los bosques son cortados, los cambios que se producen a raíz de ello afectan casi por igual a otras regiones del planeta.

2.5 Cobertura vegetal

La parroquia de Lloa es privilegiada pues cuenta con diferentes pisos climáticos y su altitud varía desde los 1800 hasta los 4675 msnm, por lo que presenta una gran diversidad de flora (Tabla 6) y fauna típica y representativa (Tabla 7) de sus zonas.

2.5.1. Flora

Tabla Nº 6. Principales especies de flora distribuidas en toda la parroquia de Lloa

Nº	FAMILIA	ESPECIE/NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
1	ORCHIDACEAE	<i>Elleanthus capitatus</i>	Orquídea
2	ARALIACEAE	<i>Oreopanax andreanus</i>	Pumamaqui
3	SCROPHULARIACEAE	<i>Buddleia incana</i>	Quishuar
4	POACEAE	<i>Stipa ichu</i>	Paja
5	ASTERACEAE	<i>Chuquiraga jussieui</i>	Chuquiragua
6	ARECACEAE	<i>Euterpe edulis</i>	Palmito
7	RUTACEAE	<i>Citrus sinensis</i>	Naranja
8	RUTACEAE	<i>Citrus x limetta</i>	Limón
9	POACEAE	<i>Saccharum officinarum</i>	Caña de azúcar
10	ORCHIDACEAE	<i>Epidendrum fimbriatum</i>	Orquídea

Fuente: Presente investigación

2.5.2. Fauna

Tabla N° 7. Principales especies de fauna distribuidas en toda la parroquia de Lloa

Nº	FAMILIA	ESPECIE/NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
1	FALCONIDAE	<i>Phalcoboenus carunculatus</i>	Curiquingue
2	LEPORIDAE	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Conejo silvestre
3	AGOUTIDAE	<i>Agouti paca</i>	Guanta
4	URSIDAE	<i>Tremarctos ornatus</i>	Oso de anteojos
5	COTINGIDAE	<i>Rupicola peruviana</i>	Gallo de peña
6	TROCHILIDAE	<i>Agelaiocercus coelestis</i>	Silfo celeste
7	CATHARTIDAE	<i>Vultur gryphus</i>	Cóndor
8	TROCHILIDAE	<i>Heliodoxa imperatrix</i>	Colibrí emperador
9	ACCIPITRIDAE	<i>Accipiter nisus</i>	Gavilán
10	TROCHILIDAE	<i>Urostitte benjamini</i>	Colibrí puntablanca

Fuente: Presente investigación

2.6 Metodología

En este punto se detalla en primer lugar la Metodología Cualitativa tanto para el diagnóstico del área de estudio como para el desarrollo del Plan Estratégico Turístico, describiendo cada una de las herramientas y técnicas a ser utilizadas en la presente investigación, en segundo lugar, se presenta la Metodología Cuantitativa como herramienta indispensable para la obtención de la muestra.

2.6.1. Metodología cualitativa

Recoge información de carácter subjetivo, sus resultados siempre se traducen en apreciaciones conceptuales (Behar, 2008).

A) Información de páginas web: debe cumplir con las condiciones de seguridad y confiabilidad necesarias para ser utilizadas dentro de un trabajo de investigación.

B) Material bibliográfico: información recopilada de libros, revistas, trabajos de titulación con temática similar, artículos científicos, ensayos, entre otras fuentes que permitan realizar una investigación concisa y de calidad.

C) Observación: consiste en el registro sistemático, válido y confiable de un atractivo, mirando su infraestructura, servicios, promoción, comercialización y debilidades que posee el lugar, a través de una ficha técnica de observación (Anexo N° 4-8, pág. 88-96) que permitirá registrar y posteriormente analizar la información.

D) Entrevista: es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos a través de una serie de preguntas sobre el tema abordado, con la finalidad de conocer cuáles son las conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas de los entrevistados respecto a la propuesta de un Plan Estratégico Turístico para la parroquia (Behar, 2008).

Las entrevistas serán realizadas a las siguientes personas: (1) Presidente del GAD parroquial de Lloa, (1) Representante del Infocentro en Lloa, (1) Presidente del Sector San Francisco de Cruz Loma y (1) Presidente de la Asociación de trabajadores turísticos de la parroquia de Lloa (Anexo N° 2-3, pág. 86–87).

2.6.2. Metodología para la planificación estratégica turística

La metodología será desarrollada a través de diferentes etapas, tomadas en base a los autores Luis Jiménez Bulla y Wilson Jiménez Barbosa 2013.

1. Estudio preliminar: consiste en la visita al lugar de estudio, donde se observará los recursos, la oferta y la demanda turística de la parroquia y se

identificará la potencialidad turística, con la finalidad de establecer la Planificación que se llevará a cabo.

- 2. Definición de objetivos de desarrollo turístico:** se determina de acuerdo con el enfoque y la potencialidad del espacio. Dichos objetivos posteriormente se irán perfeccionando con base en la información recogida en el proceso de planificación.
- 3. Análisis y síntesis:** de forma integrada se analiza todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.
- 4. Formulación del plan:** se formula la política y se elabora la propuesta de desarrollo turístico, cuya estructura puede variar de acuerdo con los objetivos, el enfoque y la escala de planificación. El plan debe tener una secuencia lógica de desarrollo (fases o etapas) de ejecución con proyectos y programas prioritarios.

2.6.3. Metodología cuantitativa

Recoge información empírica (de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir) y que por su naturaleza siempre arroja números como resultado (Behar, 2008).

A continuación, se describe la técnica de investigación cuantitativa a utilizar en el Trabajo de Titulación.

A) Encuesta: recogen información rápida y precisa de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio (Behar, 2008).

Para la presente investigación se encuestó a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Lloa (Anexo N° 1, pág. 83).

2.7 Población y muestra

2.7.1. Población

La población total fue de 900 turistas nacionales y extranjeros que recibe la parroquia mensualmente (Sotomayor, 2017), en base de los cuales se aplicó la fórmula para obtener el tamaño de la muestra.

2.7.2. Muestra

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

DONDE:

N = Universo = 900

Z² = Nivel de confianza = 95% = 1.96

d² = Error muestral = 5% = 0.05

p = Probabilidad de escoger a la persona = 0.5

q = Probabilidad de no escoger a la persona = 0.05

Aplicación Formula

$$n = \frac{900 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (900 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{900 * 3.84 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * (899) + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{900 * 3.84 * 0.5 * 0.5}{2.2475 + 0.96}$$

$$n = \frac{864}{3.2075}$$

$$n = 270 \text{ (total de muestra)}$$

Una vez aplicada la formula se realizó un total de 270 encuestas, estas fueron aplicadas a turistas nacionales y extranjeros que visitan la Parroquia de Lloa.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

El capítulo IV abarca el análisis de las encuestas y entrevistas realizadas como resultado base para el diseño de la Planificación Estratégica Turística en la parroquia de Lloa, además de las fichas de observación de atractivos turísticos, con la información recogida en las visitas de campo.

4.1 Tabulación y análisis de datos

Para la obtención de la información, se consideró la aplicación de 270 encuestas a turistas nacionales y extranjeros y a pobladores de la parroquia (Anexo N° 1, pág. 83). Como resultado de las respuestas obtenidas en las encuestas se realizó pasteles, los mismos que se presentan a continuación como parte de un análisis individual de las preguntas planteadas.

1. Género de los turistas

El 58,15% de los turistas que visitan la parroquia de Lloa son de sexo masculino, mientras que un 41,85% femenino. Lo que nos indica que la actividad turística debe estar enfocada en ambos sexos.

2. Origen de los turistas (Figura N° 4)

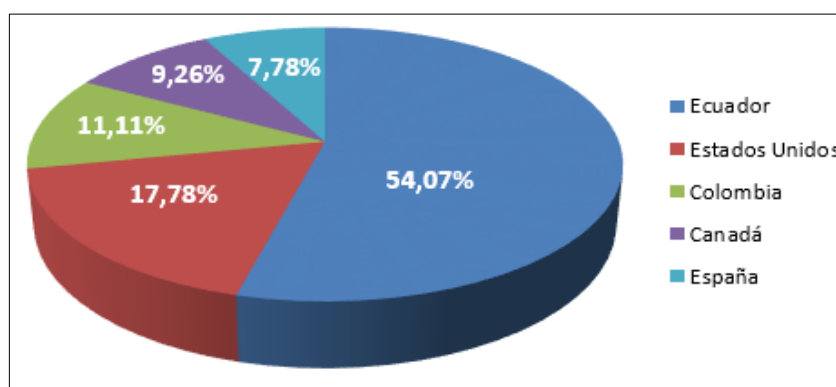


Figura N° 4. Porcentaje de respuesta en torno al país de origen del visitante.
Fuente: Presente investigación

Los resultados nos indican que Ecuador es el principal mercado potencial para la parroquia de Lloa con un 54,07%, lo que demuestra que el turista nacional se interesa por los atractivos del país; los turistas de Estados Unidos representan un 17,78%, seguidos por los turistas de Colombia con un porcentaje de 11,11%, y con un menor impacto están los turistas de Canadá y España.

La parroquia de Lloa como atractivo turístico, ha sido visitada no solo por turistas nacionales, sino también por extranjeros, lo que nos demuestra que el desarrollo de la actividad debe mejorar para ofrecer un servicio de calidad y llegar a posicionarse en el mercado nacional e internacional.

3. Rango de edad de los turistas (Figura N° 5)

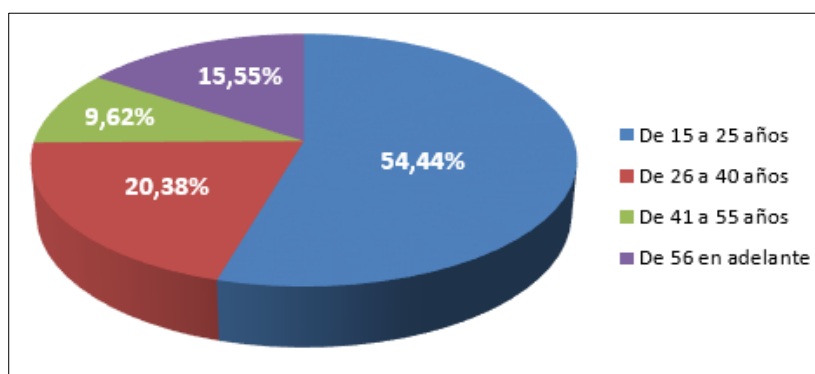


Figura N° 5. Porcentaje de respuesta en torno a la edad del visitante
Fuente: Presente investigación

Los porcentajes de la encuesta muestran que un 54,44% de los turistas que visitan la parroquia de Lloa están en un rango de edad de entre 15 a 25 años, por lo que las actividades turísticas deben enfocarse a un segmento de mercado joven. Por otra parte, un 20,38% representa a turistas que están en un rango de edad de 26 a 40 años, seguido por un porcentaje de 15,55% que corresponde a turistas que tienen 56 años de edad en adelante, por este motivo también hay que enfocarse en un mercado adulto que busca paz y relajación. Un mínimo de 9,62% se encuentran entre los 41 a 55 años de edad, siendo el grupo que menos frecuenta la parroquia.

Las actividades y recursos turísticos deben estar dirigidos hacia un amplio segmento de edad, pues los turistas van desde adolescentes hasta adultos y adultos mayores, las facilidades y accesos deben estar disponibles para todos los casos.

4. Medios de promoción por los cuales supo de la parroquia (Figura N° 6)

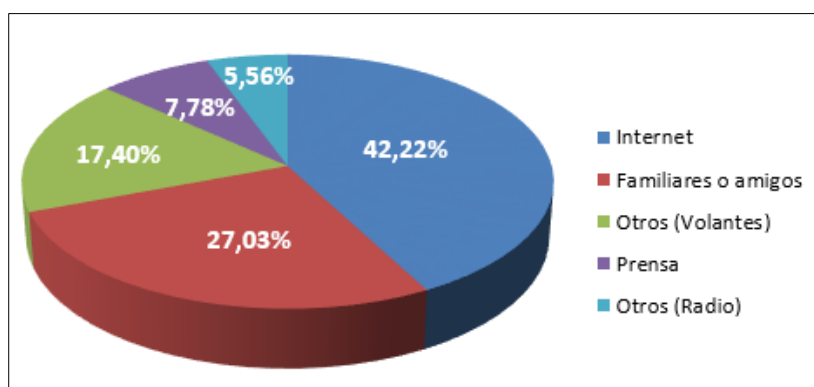


Figura N° 6. Porcentaje de respuesta en torno a la promoción de atractivos
Fuente: Presente investigación

Los encuestados indicaron que un 42,22% de los turistas se han enterado de la existencia de los atractivos turísticos de la parroquia por medio del internet, lo que nos demuestra que este es el principal canal de promoción y comercialización por lo que debe ser usado correctamente, un 27,03% de los encuestados menciona que se enteraron a través de familiares o amigos, un 17,40% lo hicieron por medio de otros canales como volantes publicitarios, el 7,78% se enteró por la prensa y finalmente un mínimo de 5,56% lo hizo a través de otros medios como la radio.

Esto nos demuestra que muchos canales de comercialización y promoción no están siendo utilizados correctamente, y deben ser mejorados para dar a conocer a la parroquia de Lloa y sus atractivos turísticos.

5. Frecuencia de vista a los atractivos turísticos de Lloa (Figura N° 7)

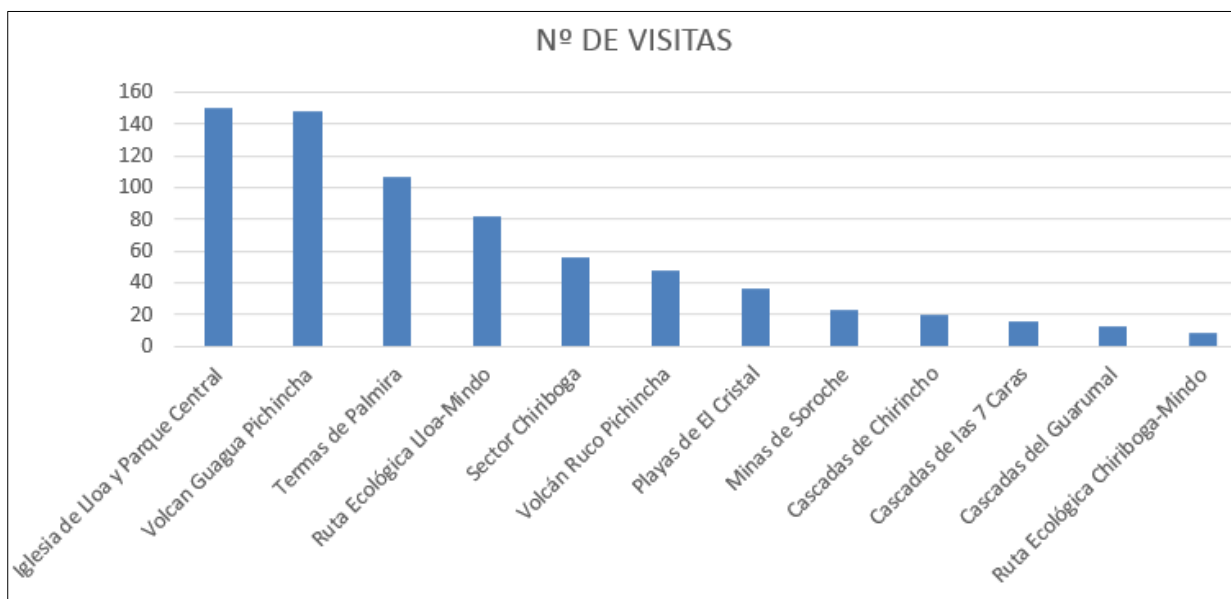


Figura N° 7. Porcentaje de respuesta en torno a frecuencia de visita a los atractivos.
Fuente: Presente investigación.

Los resultados de la Figura 7 indican que de entre los 12 principales atractivos turísticos de la parroquia de Lloa, los encuestados visitan con mayor frecuencia la Iglesia y parque central de la parroquia (150 turistas), el Volcán Guagua Pichincha (148 turistas), Termas de Palmira (107 turistas), Ruta Ecológica Lloa-Mindo (82 turistas) y finalmente el Sector de Chiriboga (82 turistas). El resto de atractivos presentan un número menor de visitas y esto se debe a varias circunstancias como, vías de acceso en mal estado, inexistencia de señalética, entre otros. Los cinco atractivos más visitados serán tomados en cuenta para levantar fichas de observación.

6. Número de personas con las que visitó la parroquia (Figura N° 8)

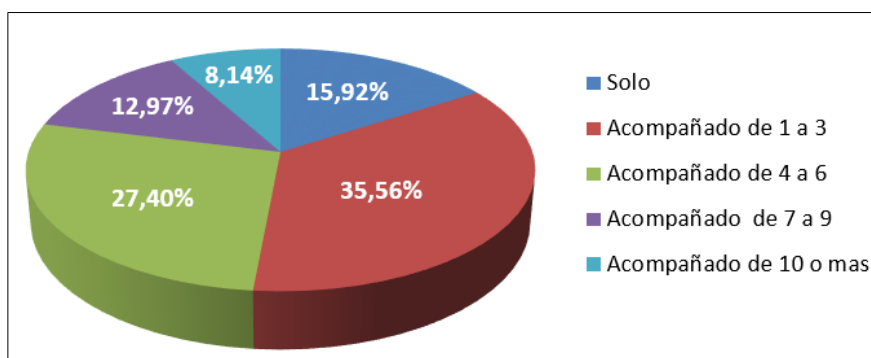


Figura N° 8. Porcentaje de respuesta en torno a acompañantes de viaje
Fuente: Presente investigación

Los resultados nos muestran que un 35,56% de los turistas que visitan la parroquia de Lloa lo hacen acompañados de 1 a 3 personas, esto debido a que realmente existen atractivos turísticos de calidad; un 27,40% van acompañados de 4 a 6 personas, un 15,92% van solos, esto generalmente debido a la dificultad de acceso a los atractivos, un 12,97% van acompañados de 7 a 9 personas y finalmente un 8,14% van acompañados de 10 o más personas.

Los porcentajes nos indican que los establecimientos turísticos deben estar preparados para recibir no solo a grupos pequeños, sino que también a personas que van acompañadas por familia o amigos.

7. Experiencia de los turistas al visitar la parroquia (Figura N° 9)

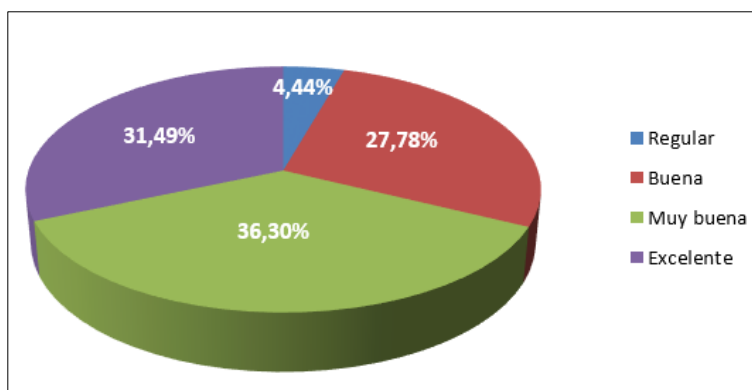


Figura N° 9. Porcentaje de respuesta en torno a la experiencia de los visitantes con el atractivo. Fuente: Presente investigación

Los porcentajes indican que para un 36,30% de los turistas la experiencia al visitar la parroquia ha sido muy buena, ya sea por las facilidades turísticas, la infraestructura o el servicio y atención que han recibido, lo que muestra que la actividad está bien dirigida y organizada. Para 31,49% la experiencia ha sido excelente, aunque aún hay aspectos que mejorar. Un 27,78% mencionó que ha tenido una experiencia buena, ya que faltan algunas mejorar algunos servicios básicos, mientras que para un 4,44% la experiencia ha sido regular, porque falta organización y mejoras indican en cada atractivo.

Esto nos muestra que el servicio aún tiene que mejorar, y que las personas que lo ofertan deben estar capacitadas para realizar la actividad turística.

Motivo de viaje de los turistas (Figura N° 10)

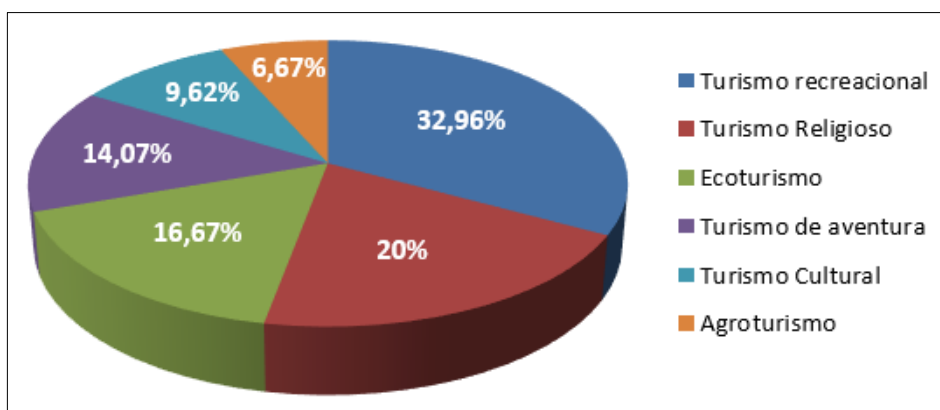


Figura N° 10. Porcentaje de respuesta en torno a motivo de viaje.
Fuente: Presente investigación

Los encuestados indicaron que el principal motivo de viaje es el turismo recreacional con un 32,96%, y es por eso que es el tipo de turismo que más se debe impulsar y por ende el que más debe ser mejorado, el turismo religioso tiene una acogida del 20%, esto se debe a que el único recurso cultural religioso es la virgen del El Cinto y su romería, por ende, hay más turistas solamente en las fechas de las fiestas de la virgen. El Ecoturismo ha tenido una acogida del 16,67%, pues es un tipo de turismo que está iniciando en la parroquia y debe tener un mayor apoyo. El 14,07% pertenece al turismo de aventura y un porcentaje menor es para el turismo cultural y para el agroturismo.

Gracias a la riqueza que posee la parroquia, se ha podido desarrollar diferentes tipos de turismo, que deben ser mejorados para atraer a más turistas, pues los resultados nos muestran que se realizan varias modalidades de turismo.

8. Medio de transporte utilizado para llegar a la parroquia (Figura N° 11)

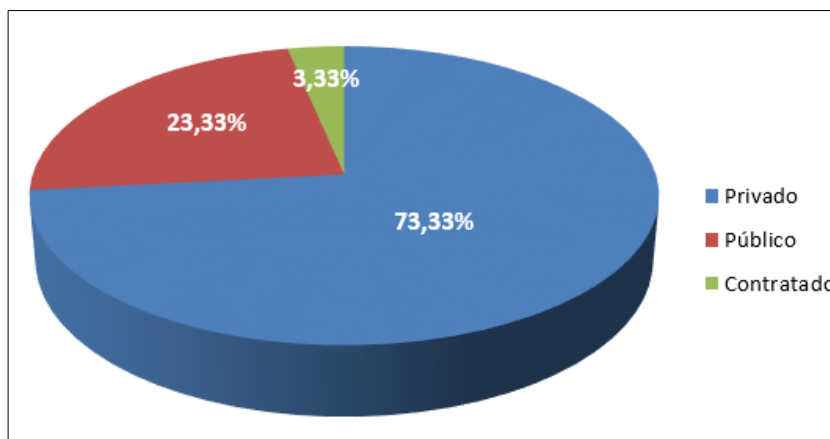


Figura N° 11. Porcentaje de respuesta en torno al transporte utilizado
Fuente: Presente investigación

Los resultados de la Figura 11 muestran que un 73,33% de turistas prefieren ir a la parroquia de Lloa en medio de transporte privado, esto se debe a que la vía de acceso principal está en buen estado, pero solo cuentan con una línea de buses que llega únicamente hasta el parque central de la parroquia y esto se ha convertido en un impedimento para visitarla. Un 23,33% de los encuestados utiliza el transporte público con mucha dificultad y finalmente un 3,33% utiliza transporte contratado porque les resulta mucho más rápido y fácil.

Estos resultados nos indican que un servicio que debe ser mejorado es el del transporte público para llegar a la parroquia y a sus otros atractivos.

9. Promedio de gasto diario por persona (Figura N° 12)

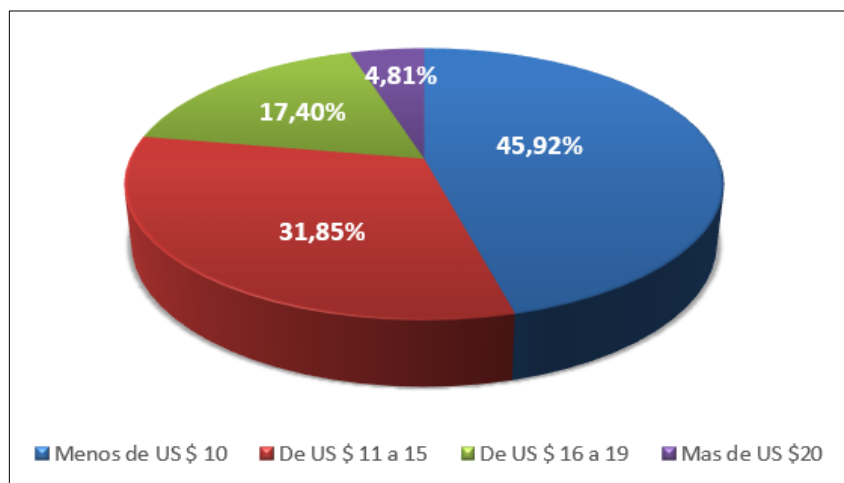


Figura N° 12. Porcentaje de respuesta en torno al gasto diario por persona.
Fuente: Presente investigación

Los resultados indican que un 45,92% de los turistas que visitan la parroquia gastan a diario menos de US \$ 10.00 por persona, seguido por un gasto de US \$ 11.00 a 15.00 que pertenece al 31,85%, un 17.40% de turistas gasta de US \$ 16.00 a 19.00 y finalmente un 4,81% gasta más de US \$ 20.00.

Esto nos indica claramente que el gasto diario por persona no es excesivo, debido a varios factores entre los que se encuentran el mal servicio que reciben al visitar los diferentes atractivos y la mala calidad que les ofrecen, a pesar de que la parroquia cuenta con el potencial los moradores no han sabido aprovecharlo correctamente.

10. Promedio de gasto diario por persona, con servicios, productos e infraestructura mejorada (Figura N° 13)

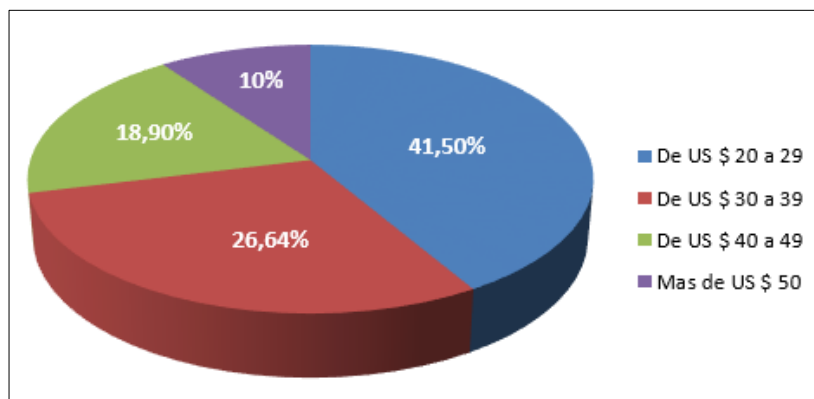


Figura N° 13. Porcentaje de respuesta en torno al gasto diario por persona con servicios, productos e infraestructura mejorada. Fuente: Presente investigación

Los resultados de la pregunta 11 nos muestran que un 41,5% de los encuestados pagarían de US \$ 20.00 a 29.00 por persona si los servicios, productos e infraestructura de los atractivos mejorara, lo que nos indica que realmente será beneficioso crear estrategias de mejoramiento para los atractivos turísticos que lo necesitan, además de capacitar a las personas e incentivar a la apertura de nuevos emprendimientos turísticos para cubrir la demanda que existiría. Un 26,64% mencionó que si estaría dispuesto a pagar de US \$ 30.00 a 39.00 por persona en cada viaje, siempre y cuando el costo mantenga relación con la calidad, lo que reta a los dueños de los emprendimientos turísticos existentes a mejorar sus servicios y mantenerse en una constante capacitación adquiriendo nuevos conocimientos. El 18,9% de los turistas expresó que pagaría de US \$40.00 a 49.00 por persona, pero que les gustaría experimentar nuevas cosas como deportes de aventura que sea certificados, por lo que hay que crear estrategias para implementar nuevas actividades. Un mínimo del 10% dijo que pagaría de US \$ 50.00 en adelante.

11. Calificación de servicio de alojamiento (Figura N° 14)

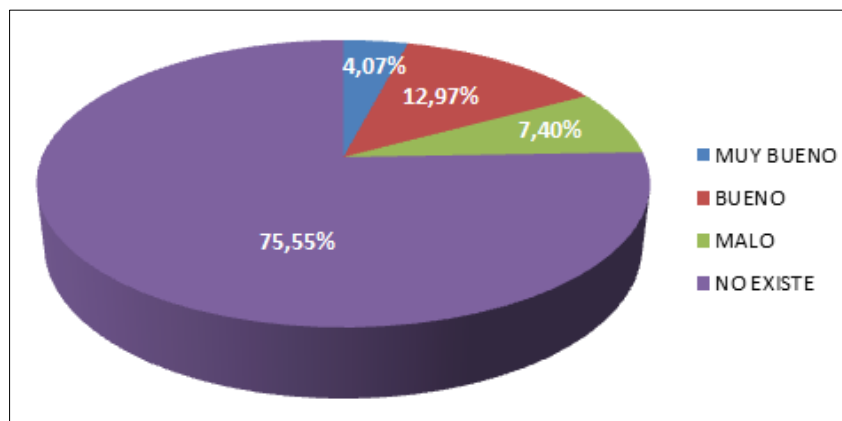


Figura N° 14. Porcentaje de respuesta en torno al servicio de alojamiento
Fuente: Presente investigación

En relación con el servicio de alojamiento un 75,6% mencionó que no existen lugares para hospedarse, lo que ha provocado que la actividad turística se frene, y los que existen generalmente no están adecuados ni cumplen con los parámetros necesarios para ofrecer este servicio. Un 12,96% menciona que el servicio de alojamiento es bueno pero que hay algunos aspectos que deben ser mejorados y para eso hay que capacitar a sus trabajadores, tan solo el 7,40% dijo que el servicio de alojamiento es muy bueno y esto se debe a que solo pocos establecimientos están realmente dotados para realizar la actividad. Y finalmente el 4,07% expresó que el servicio es malo y que debe ser renovado totalmente.

Los resultados nos muestran que hay que establecer como estrategia la implementación de lugares de alojamiento y mejorar la calidad del servicio de los ya existentes.

Calificación de servicio de alimentación (Figura N° 15)

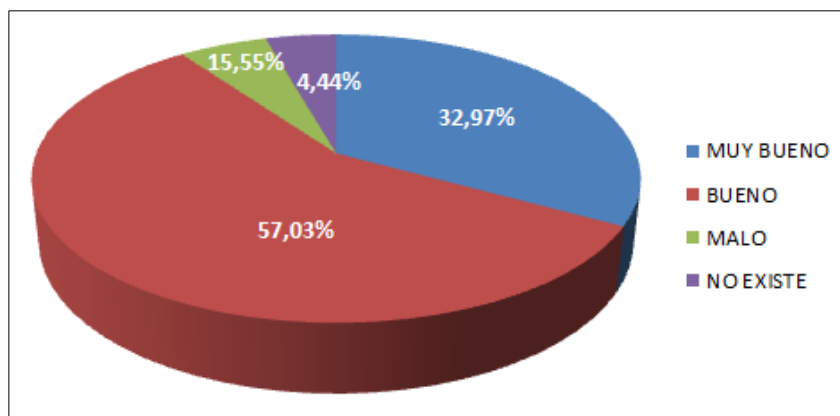


Figura N° 15. Porcentaje de respuesta en torno al servicio de alimentación
Fuente: Presente investigación

Los resultados respecto al servicio de alimentación indican que un 57,03% considera su experiencia como buena, esto demuestra que los restaurantes o lugares de expendio de comida se han esforzado por ofrecer un buen servicio, sin embargo, necesita aun ser mejorado, un 32,97% menciona que su experiencia en la alimentación ha sido muy buena pues en los establecimientos que han consumido el servicio y el producto como tal ha sido de buena calidad. Un mínimo del 15,5% afirmó que el servicio de alimentación ha sido malo, pues han tenido algunas malas experiencias como desaseo en los alimentos o cantidad de alimento reducida comparada al precio, entre otros. Finalmente, un 4,5% dice que ha sido malo.

Hay que crear estrategias para mejorar los lugares de expendio de comida y para capacitar a las personas que trabajan en ellos.

Calificación de servicio de Guianza (Figura N° 16)

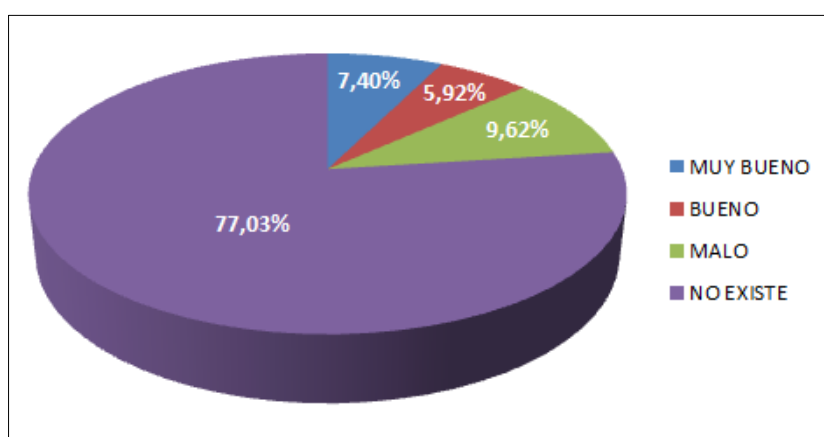


Figura N° 16. Porcentaje de respuesta en torno al servicio de guianza
Fuente: Presente investigación

Los resultados de la Figura 16 indican respecto al servicio de guianza que un 73,03% considera que este servicio no existe en la parroquia, pues no se ha dado interés por capacitar a pobladores para que puedan ser guías locales y obtener no solo beneficios económicos sino también sociales. Un 9,62% expresó que el servicio es malo pues la mayoría de personas prefieren ingresar con un guía privado, el 7,40% dijo que el servicio ha sido muy bueno y un 5.92% menciona que ha sido bueno, esto se debe a que les han dado información básica al llegar a la parroquia y ellos lo toman como guianza local.

Se debe incentivar a los jóvenes y adultos para que sean parte de las capacitaciones que ofrecen los diferentes actores gubernamentales y así pueda existir dentro de la parroquia el servicio de guianza.

Calificación de servicio de información turística (Figura N° 17)

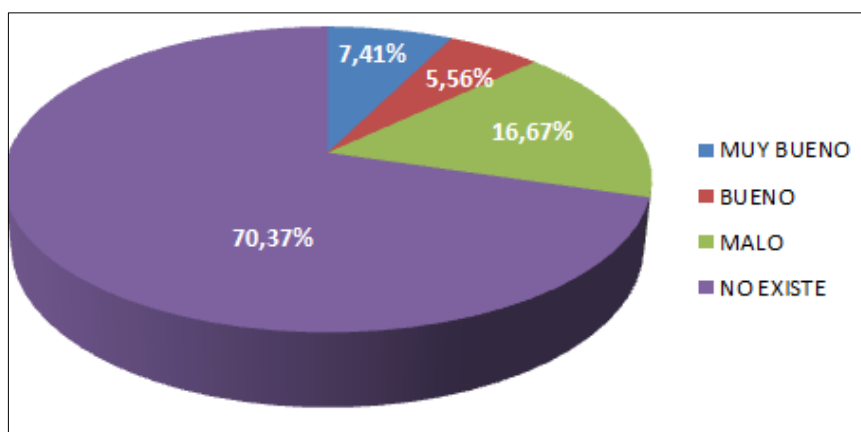


Figura N° 17. Porcentaje de respuesta entorno al servicio de información turística
Fuente: Presente investigación

Los turistas indicaron con respecto al servicio de información turística que un 70,37% consideran a este servicio como inexistente, pues no hay un lugar establecido donde el turista se pueda acercar y pedir información acerca de todos los atractivos de la parroquia. Un 17,67% considera que este servicio es malo, debido precisamente a que como no hay un lugar de información establecido, optan por pedir información en tiendas o paraderos de comida y estas personas muchas veces dan información incorrecta. Un mínimo del 7,41% y 5,57% consideran a este servicio como muy bueno y bueno, esto es gracias a la información que han recibido de los moradores de la parroquia o personas dueñas de negocios que conocen el lugar.

La parroquia necesita un lugar de información turística donde las personas que llegan puedan acercarse y recibir datos de la parroquia y de otros atractivos.

4.2 Análisis de las entrevistas

Las entrevistas del presente trabajo de investigación fueron realizadas a cuatro personas (1) Presidente del GAD da la Parroquia de Lloa, (1) Representante

del Infocentro de la Parroquia de Lloa, (1) Presidente del Sector San Francisco de Cruz Loma y (1) Presidente de la Asociación de trabajadores turísticos de la parroquia de Lloa.

El análisis de los datos se muestra en las Tablas Nº 8 y 9, mismas que permitieron sintetizar y analizar la información de una mejor manera.

Tabla Nº 8. Análisis de la entrevista al Presidente del GAD de Lloa y al Presidente del Sector San Francisco de Cruz Loma.

PREGUNTA	RESPUESTA PRESIDENTE DEL GAD DE LA PARROQUIA DE LLOA	RESPUESTA PRESIDENTE DEL SECTOR SAN FRANCISCO DE CRUZ LOMA
Pregunta 1. ¿Cómo cree usted que se ha desarrollado el turismo en la parroquia de Lloa durante los últimos años?	El turismo durante los últimos años ha tomado fuerza, y hemos tenido presencia de más turistas a los diferentes atractivos.	El turismo ha sido planificado, lo que ha permitido que la actividad se desarrolle con más orden.
Pregunta 2. ¿Está consciente de los beneficios que conlleva el apropiado desarrollo del turismo?	Sí, es por ese motivo que como GAD parroquial hemos buscado ayuda en entidades públicas, para un mejor desarrollo.	Si, nosotros como un sector de la parroquia, seguimos los lineamientos generales de desarrollo que se establecen desde el GAD parroquial.
Pregunta 3. ¿Cuál es el apoyo que su gestión le está dando al turismo?	Como GAD parroquial hemos destinado gran cantidad del presupuesto para mejorar y abrir vías de acceso hacia los diferentes atractivos.	Al tener uno de los principales atractivos de la parroquia como el volcán Ruco Pichincha, lo que se ha hecho es promocionar este atractivo al máximo.
Pregunta 4. ¿Cuáles son los proyectos turísticos que se han desarrollado en Lloa durante los últimos cinco años?	Proyectos turísticos como tal, no se han desarrollado lo que se ha hecho es ayudar e impulsar a los emprendimientos turísticos.	En el Sector de San Francisco de Cruz Loma, el principal proyecto ha sido iniciar con el turismo comunitario y promocionar los atractivos del sector.
Pregunta 5. ¿Cuál es su visión a largo plazo sobre el turismo en la Parroquia?	Como GAD parroquial la visión obviamente es que en un futuro la parroquia pueda llegar hacer un atractivo líder en el D.M.Q.	A largo plazo queremos que nuestros atractivos sean visitados no solo por turistas nacionales, sino también por extranjeros, que puedan participar del turismo comunitario.
Pregunta 6. ¿Cuáles son los organismos en los que está apoyándose para el	Los organismos en los cuales nos hemos apoyado han sido: el Municipio de Quito,	Los organismos que nos han ayudado han sido principalmente el GAD

desarrollo de esta actividad?	Ministerio de Turismo, Fonag y algunas otras entidades que nos han capacitado y guiado en la actividad	parroquial de Lloa, el Fonag y de alguna forma el Ministerio de Turismo.
Pregunta 7. ¿Han recibido algún tipo de capacitación por parte de alguna entidad pública?	El principal capacitador ha sido el Ministerio de turismo, Quito Turismo, Fonag y algunas Universidades que han realizado proyectos en la parroquia y sus alrededores.	Nos ha capacitado el Ministerio de Turismo, Quito Turismo y el Fonag.
Pregunta 8. ¿De qué manera ha participado el Ministerio de Turismo en la parroquia?	Realmente no ha sido una entidad que ha tenido una participación constante, de parte de este Ministerio lo que hemos recibido han sido algunas capacitaciones y en general los lineamientos para desarrollar la actividad.	El apoyo o participación del Ministerio de Turismo ha sido mínimo en nuestro sector.
Pregunta 9. ¿Usted considera que una Planificación Estratégica Turística ayudaría al desarrollo y mejoramiento del Turismo en la parroquia?	Sin duda una Planificación estratégica sería de ayuda para el turismo en la parroquia, pues se convertiría en un documento en el cual nos podríamos apoyar para pedir financiamiento al sector público, y así poder mejorar la calidad de los servicios, además sería una base para iniciar con lineamientos y estrategias que es lo que hace falta en la parroquia.	Por supuesto que nos ayudaría para poder mejorar el servicio que damos a los turistas, pues la mayoría de pobladores del sector no hemos tenido una preparación académica y este documento nos ayudaría para aclarar muchas dudas acerca de estrategias para mejorar el turismo.

Fuente: Presente investigación

Tabla Nº 9. Análisis de la entrevista al Representante del Infocentro de Lloa y al Presidente de la Asociación de trabajadores turísticos de la parroquia de Lloa.

PREGUNTA	RESPUESTA DEL REPRESENTANTE DEL INFOCENTRO DE LLOA	RESPUESTA DEL ADMINISTRADOR DE LA HACIENDA LA ANTIGUA
Pregunta 1. ¿Cuál es el beneficio que gracias al turismo se puede evidenciar en la parroquia?	Los beneficios han sido varios, pero principalmente se ha visto beneficiada la población pues gracias a los ingresos han podido mejorar su calidad de vida.	Los beneficios que se pueden evidenciar son principalmente económicos y sociales, pues se ha mejorado varias infraestructuras con la finalidad de atender mejor al turista.
Pregunta 2. Según su punto de vista ¿Cuáles son las falencias que tiene la	Las falencias que tiene la actividad es precisamente la inexistencia de un Plan	Según mi punto de vista el principal problema o falencia es el transporte, pues no existen

actividad turística en la parroquia?	estratégico para desarrollar la actividad, además del principal problema que es el transporte público escaso, pues solo existe una línea de buses y pocas unidades.	muchos buses, y la única línea que brinda el servicio de transporte solamente llega hasta el centro de la parroquia, esto claramente impide que los turistas puedan conocer otros atractivos que están más alejados.
Pregunta 3. ¿Usted considera que ha existido durante los dos últimos años un incremento de turistas que visita la parroquia?	Si, y principalmente esto se puede evidenciar desde que inicio la actividad de la feria libre los fines de semana.	Si ha existido un incremento, pero estos principalmente visitan solo el centro de la parroquia pues no tienen conocimiento de los otros atractivos.
Pregunta 4. ¿Cuáles son las temporadas o meses en que la parroquia recibe mayor número de turistas?	Los meses que más se reciben turistas son en mayo, por las fiestas de parroquialización.	Los meses que más se ven turistas es en mayo por las fiestas y en diciembre la Hacienda tiene mayor número de reservas.
Pregunta 5. ¿En qué día de la semana existe mayor número de turistas?	Principalmente desde el viernes y los fines de semana.	Principalmente desde el viernes y los fines de semana.
Pregunta 6. ¿Según su criterio cuales son los tres atractivos más visitados?	Los atractivos más visitados son: el Volcán Guagua Pichincha, las Termas de Palmira y el Centro de Lloa.	Los atractivos más visitados son: el Centro de la parroquia, el Volcán Ruco Pichincha y las Termas de Palmira.
Pregunta 7. ¿Cree usted que ha habido interés por parte de los habitantes para emprender en el ámbito turístico?	Si ha existido interés, principalmente porque han tenido apoyo del GAD parroquial y porque han visto que la actividad puede mejorar su calidad de vida.	Personalmente he visto pocas iniciativas de turismo en la parroquia.
Pregunta 8. ¿El GAD parroquial desde su punto de vista ha tenido interés para incentivar el turismo?	Si ha tenido interés, ya que les ha incentivado para iniciar sus propios emprendimientos turísticos, además les ha ayudado abriendo vías para que los turistas puedan acceder hasta estos atractivos. También ha gestionado varias capacitaciones que de alguna forma han ayudado a los emprendedores.	Si nos han ayudado a los emprendedores turísticos, principalmente su ayuda ha sido gestionando varias capacitaciones dadas por distintas entidades públicas o privadas.

Fuente: Presente investigación

4.3 Triangulación de información

- La visión desde el GAD parroquial de Lloa, nos indica que el turismo ha ido tomando fuerza y se ha planificado correctamente, lo que ha logrado que los

turistas visiten con mayor frecuencia los atractivos, además, a pesar de que el mayor mercado es el nacional también ha existido presencia de mercados internacionales lo que ha fortalecido el turismo.

- El GAD parroquial está consciente de la importancia del desarrollo turístico y los beneficios que atrae, es por eso que ha incentivado a que se incrementen el número de emprendimientos turísticos con calidad, y además ha gestionado diferentes capacitaciones.
- Gracias a los incentivos que se han dado, muchos establecimientos turísticos han surgido en el mercado y esto se refleja en la aceptación que los visitantes han demostrado al recorrer con más frecuencia ciertos atractivos como lo son: Termas de Palmira, Centro de Lloa, Sector Chiriboga, etc.
- La parroquia desea en un futuro convertirse en un destino líder dentro del DMQ., por lo que una de sus principales estrategias será promocionar correctamente a la parroquia en todos los medios posibles, además de mejorar el servicio de transporte público, para que exista un mejor acceso a todos los atractivos promocionados.
- A pesar de las capacitaciones que los pobladores han recibido por parte de entidades públicas y privadas, el servicio en muchas áreas como alojamiento, alimentos y bebidas e información turística no ha mejorado, y esto se debe a la falta de seguimiento y control y al desinterés de los mismos.

- Tanto las autoridades parroquiales como los pobladores, consideran importante y fundamental realizar una Planificación Estratégica Turística para la parroquia, ya que de esta manera ellos se pueden beneficiar mejorando la planificación y desarrollo de la actividad.
- Según los entrevistados los días que más número de turistas reciben son de viernes a domingo y en especial en el mes de mayo por sus fiestas, muy pocos turistas viajan solos, pues la mayoría van acompañados de 1 a 6 personas más, y su gasto diario varía entre los \$ USD 10 y 15 dólares, por tal motivo se necesita mejorar la atención al cliente y las diferentes infraestructuras.
- En la actualidad y gracias al apoyo del GAD parroquial, los pobladores locales se han interesado más por emprender en temas turísticos, los turistas expresan que su experiencia dentro de la parroquia ha sido en su mayoría muy buena y excelente, pero sin duda aún hay que mejorar.
- Gracias a la gran biodiversidad con la que cuenta la parroquia, se han podido desarrollar diferentes tipos de turismo, teniendo más acogida el turismo recreacional, religioso y el ecoturismo, así podemos observar que realmente el GAD, se ha interesado por incentivar el turismo dentro de la parroquia.

4.4 Ficha de observación de atractivos turísticos

Después de varias visitas a la parroquia en compañía del Presidente del GAD de Lloa el Señor Arturo Sotomayor, se pudo levantar información de los cinco atractivos turísticos más visitados, según la encuesta aplicada a pobladores de

la parroquia y a turistas nacionales y extranjeros (Anexo N° 1, pág. 83), datos que fueron recogidos mediante fichas de observación (Anexo N° 4-8, pág. 88-96) y fueron sintetizados en la Tabla N° 10, para un mejor análisis y comprensión.

Tabla Nº 10. Análisis de fichas de observación de atractivos turísticos

ATRACTIVO	IGLESIA DE LLOA Y PARQUE CENTRAL	VOLCAN GUAGUA PICHINCHA	TERMAS DE PALMIRA	RUTA ECOLOGICA LLOA-MINDO	SECTOR CHIRIBOGA
CARACTERÍSTICA					
PROPIETARIO	Comunidad	Comunidad	Asociación de Aguas Termales de Urarco	Comunidad	Comunidad
CATEGORIA	Recurso Cultural	Recurso Natural	Recurso Natural	Recurso Natural	Recurso Natural
TIPO	Arquitectura	Montaña	Aguas Subterráneas	Bosque	Planicie
SUBTIPO	Historica	Media montaña	Manantial de agua termal	Nublado	Valle
PROVINCIA	Pichincha	Pichincha	Pichincha	Pichincha	Pichincha
CANTÓN	Quito	Quito	Quito	Quito-San Miguel de los Bancos	Quito
PARROQUIA	Lloa	Lloa	Lloa	Lloa-Mindo	Lloa
NOMBRE DEL POBLADO MAS CERCANO (km)	Barrio Mena Dos (10Km).	Cabecera Parroquial de Lloa (10Km).	Chilcapamba Palmira (1Km.)	Río Cristal (8Km).	El Rocío (2Km).
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	Lloa fue parroquializada el 29 de mayo de 1861, el parque central de la parroquia aun guarda arquitectura colonial muy bien conservada, alrededor de este se puede encontrar varios establecimientos de alimentación, además de la Iglesia central. Este es un lugar de encuentro de todos los pobladores	El volcán Guagua Pichincha se encuentra ubicado a 12 km al oeste de la ciudad de Quito, en la Cordillera Occidental de los Andes Ecuatorianos. Consiste de un domo, denominado Cristal, ubicado dentro de un escarpe de deslizamiento que tiene forma de herradura abierta hacia el occidente.	Las termas de Palmira son unas piscinas de aguas minerales situadas en Urauco. El complejo termal consta de dos piscinas de aguas de origen volcánico, una fabricada y la otra natural. Dispone también de servicios de duchas, restaurante y canchas deportivas.	La ruta recorre 60Km, cruza por detrás de uno de los volcanes más importantes de Quito, el Pichincha, y es un paraíso para ornitólogos, entomólogos, agrónomos, ecologistas y viajeros.	La antigua vía a la Costa desde la ciudad de Quito, iniciaba al sur de la misma y recorría la población de San Juan y Chiriboga hasta llegar a Santo Domingo de los Tsáchilas, desde la década de los 70 la vía dejó de ser el camino más usado para la transportación de carga y personas. Actualmente la población se dedica a la agricultura, la ganadería y la silvicultura.
ALTURA MIN.	3100 msnm	4200 msnm	2300 msnm	1300 msnm	1700 msnm
ALTURA MAX.	3100 msnm	4776 msnm	2300 msnm	2900 msnm	2000 msnm
TEMPERATURA	De 5 °c a 18 °c	De -2 °c a 9 °c	De 5 °c a 18 °c	De 15 °c a 25 °c	De 15 °c a 25 °c

VALOR SIMBOLICO/ USOS	Festividad de la Virgen del Cinto que se realiza todos los meses de septiembre en la capilla del mismo nombre así mismo todos los meses de agosto se da la tradicional peregrinación de la Virgen del volcán que consiste en una caminata desde el centro de la parroquia hasta la cima del Guagua Pichincha	En este atractivo se realizan actividades como caminatas por sus senderos, ciclismo, escalada hacia la cumbre y avistamiento de aves	El color de las aguas es verdoso ligeramente transparente y tienen una temperatura de 14°C. Debido a sus componentes minerales los pobladores de la zona les atribuyen propiedades medicinales.	Aquella ruta conecta dos puntos que poca gente sabe que pueden unirse, dos puntos turísticos que presumen, cada uno, particularidades únicas con sus floras y sus faunas, sus alturas y sus climas: Lloa, al sur de Quito, y Mindo, al noroccidente. Es una ruta escondida de la que pocos han escuchado, ideal para parapentistas, mochileros, caminantes extremos, aventureros senderistas	La antigua vía a la Costa desde la ciudad de Quito, iniciaba al sur de la misma y recorría la población de San Juan y Chiriboga hasta llegar a Santo Domingo de los Tsáchilas, desde la década de los 70 la vía dejó de ser el camino más usado para la transportación de carga y personas. Actualmente la población se dedica a la agricultura, la ganadería y la silvicultura.
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	Conservado	Alterado	Conservado	Conservado	Alterado
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	Conservado	Alterado	Conservado	Conservado	Alterado
SUBTIPO Y ESTADO DE VÍA	Asfaltado (Buena)	Lastrado (Regular)	Lastrado (Bueno)	Sendero (Bueno)	Lastrado (Bueno)
SUBTIPO Y FRECUENCIA DE TRANSPORTE	Bus público (diario) Auto (diario) 4X4 (diario)	Bus Turístico (eventual) Auto ((eventual) 4X4 ((eventual)	Bus Turístico (diario) Auto (diario) 4X4 (diario)	Bus Turístico (eventual) Auto ((eventual) 4X4 ((eventual)	Bus Turístico (eventual) Auto ((eventual) 4X4 ((eventual)
INFRAESTRUCTURA BÁSICA, SERVICIOS DENTRO DEL ATRACTIVO Y ESTADO	Servicios higiénicos (buen estado) Restaurantes (buen estado)	Servicios higiénicos (buen estado) Sendero (buen estado) Señalética (buen estado)	Vestidores (buen estado) Servicios higiénicos (buen estado) Restaurante (buen estado) Sendero (buen estado) Señalética (buen estado)	Sendero (buen estado) Señalética (buen estado)	Servicios higiénicos (buen estado) Restaurante (buen estado) Sendero (buen estado)
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Nacional	Nacional	Nacional	Nacional	Provincial

Fuente: Presente investigación

PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE LLOA, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.5 Presentación

Para el desarrollo del presente Plan Estratégico Turístico se consideró como base bibliográfica la postura de los autores (Bulla y Jiménez, 2013), quienes lo describen en diferentes etapas, de las cuales se han tomado cuatro que son: Estudio preliminar, Definición de objetivos de desarrollo turístico, Análisis y síntesis y Formulación del plan. Fases que permitirán a través de estrategias obtener un mejor desarrollo y fomentar las actividades turísticas en la parroquia de Lloa.

4.6 Estudio preliminar o previabilidad

Consiste en la visita al lugar de estudio, donde se observará los recursos, la oferta y la demanda turística de la parroquia y se identificará la potencialidad turística, con la finalidad de establecer la Planificación que se llevará a cabo (Bulla y Jiménez, 2013).

4.6.1. Observación de la zona de estudio

La observación en la parroquia se llevó a cabo a través de diferentes visitas de campo a distintos sectores y recintos del lugar, para obtener información se llenaron fichas de observación de los cinco atractivos más visitados, mostradas en los Anexos N° 4 a la 8, pág. 88-96 en las mismas que se identificó la potencialidad como también las falencias y problemas de cada atractivo.

4.6.1.1. Análisis de la parroquia de Lloa

- **Descripción General:** cuenta con un espacio geográfico de aproximadamente 547.25 Km², al contar con varios pisos climáticos que van desde los 1800 a 4675 msnm., ha desarrollado una gran biodiversidad ya sea en sus páramos o en la zona sub tropical, además la parroquia cuenta con un gran potencial turístico, que podría generar ingresos económicos significativos para la población local.
- **Ubicación:** está ubicada en la provincia de pichincha, cantón Quito en la parroquia rural de Lloa y pertenece a la administración zonal Eloy Alfaro. Sus límites parroquiales son: al norte parroquia de Nono y Cantón San Miguel de los Bancos, al sur cantón Mejía, al este Ciudad de Quito Distrito Metropolitano y al oeste parroquia de Mindo, cantón San Miguel de los Bancos y Santo Domingo de los Tsáchilas (GAD Lloa, 2012).
- **Clima:** cuenta con un clima de páramo y subtropical, su temperatura oscila entre los 4 a 26 °C y su precipitación anual va desde los 1000 2500 mm/año.
- **Análisis:** la investigación previa realizada en la parroquia de Lloa junto con las fichas de observación, fueron herramientas esenciales para determinar el alto potencial turístico que posee, pero al mismo tiempo sirvieron para diagnosticar las principales falencias que tiene el lugar entre las que se destacan: la incorrecta gestión del servicio de transporte público, la deficiente promoción y comercialización de los atractivos, el mal servicio y atención al turista, la inexistencia de sitios de alojamiento, centros de información turística y servicio de guianza local, entre otros.

Por lo tanto, el enfoque de este Plan Estratégico Turístico se basa en diseñar estrategias a corto, mediano y largo plazo, que permitan el adecuado desarrollo del lugar y lo conviertan en uno de los principales destinos a ser visitados por los turistas dentro de la provincia de Pichincha

4.6.1.2. Demanda

Para determinar la demanda que tiene la parroquia de Lloa, se llevó a cabo una encuesta como parte del proceso de investigación y análisis del lugar mostrada en el Anexo N° 1, pág. 83, en la que se determinó mediante diferentes variables lo siguiente:

- Aproximadamente hay un ingreso 900 turistas nacionales y extranjeros mensuales que acuden a la parroquia de Lloa (Sotomayor, 2017), y mediante la encuesta realizada a 270 turistas se constató que el mayor ingreso es del género masculino con un 58,15%, con un rango de edad entre los 15 a 25 años representado por un 54,44%.
- De igual manera se determinó que la afluencia a la parroquia es por parte de turistas nacionales con un 54,07% y su principal motivación es el turismo recreacional representado por un 32,96% del total de los encuestados.
- Por lo cual, mediante los resultados anteriormente descritos se determina que la demanda que posee la parroquia no es muy alta y en la actualidad se encuentra dirigido a turistas nacionales cuya motivación principal es el turismo recreacional, por lo tanto, el diseño del Plan Estratégico Turístico está dirigido a un target de turistas nacionales e internacionales, sin preferencias de edad en el que se brinden diferentes actividades turísticas con servicios de calidad y con un especial cuidado con el medio ambiente.

4.6.1.3 Oferta

En la actualidad la parroquia de Lloa brinda al turista los siguientes servicios:

Recurso turístico:

- Seis recintos y nueve barrios, cada uno con diferentes atractivos turísticos naturales y culturales.
- Vista panorámica
- Miradores
- Diversidad de flora y fauna
- Avistamiento de aves
- Fotografía
- Deportes de aventura como: caminatas, escalada a volcanes, pesca deportiva, biking, excursiones, camping y trekking.
- Ambiente idóneo para realizar ecoturismo o turismo comunitario rural.

Infraestructura:

- Carretera asfaltada en buen estado
- En los diferentes atractivos se encuentra facilidades como: parqueaderos, servicios higiénicos, termas, piscinas, vestidores, restaurantes; pero no en estado óptimo para el uso turístico.
- Servicio de alcantarillado
- Servicio de agua potable
- Servicio de energía eléctrica

Empresas turísticas:

- Alimentación: dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Lloa se encuentra una lista con los establecimientos que expenden comida y cuentan con los permisos necesarios de funcionamiento, en la Tabla N° 11 se muestra el nombre del establecimiento y su categoría.

Tabla N° 11. Establecimientos de alimentación

Nº	NOMBRE	CATEGORÍA
1	Restaurante Rincon del Buen Sabor	Tercera
2	Restaurante La Abuelita Maria	Cuarta
3	Restaurante Colonial Lloa	Tercera
4	Restaurante Virgen del Cinto	Cuarta
5	Restaurante El Fogón de Mama Enmita	Cuarta
6	Cafetería de Facundo	Cuarta
7	Restaurante Marisquería La Casa Del Marino	Tercera
8	Restaurante Grill La Cueva del Oso	Cuarta
9	Restaurante de la Hosteria La Antigua	Segunda
10	Restaurante de la Hosteria Las Palmas	Segunda

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Lloa 2012-2025

- Alojamiento: dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Lloa se encuentra una lista con los establecimientos de alojamiento en la Tabla N° 12 se muestra el nombre del establecimiento y su categoría.

Tabla N° 12. Establecimientos de alojamiento

Nº	NOMBRE	CATEGORÍA
1	Hacienda Hostería La Antigua	Segunda
2	Hacienda Hostería Las Palmas	Segunda
3	Pensión Posada de Carmen	Cuarta

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Lloa 2012-2025

- Guianza: no existen guías locales certificados.

4.6.1.4. Competencia

En cuanto a la competencia directa e indirecta que posee la parroquia de Lloa se muestra la Tabla la N° 12, la misma que describe los lugares o atractivos que forman parte de esta competencia.

Tabla N° 13. Competencia Directa e indirecta de la parroquia de Lloa

N°	ATRACTIVO	CATEGORIA	PARROQUIA	PROVINCIA
1	Reserva Mindo – Nambillo	Sitio Natural	Mindo	Pichincha
2	Mariposario de Mindo	Sitio Natural	Mindo	Pichincha
3	Parque Metropolitano Chilibulo	Sitio Natural	Chilibulo	Pichincha
4	Rerserva Orquideológica El Pahuma	Sitio Natural	Nanegalito	Pichincha
5	Cascada de El Pita	Sitio Natural	Conocoto	Pichincha
6	Yunguilla	Sitio Natural	Calacalí	Pichincha
7	Volcán Cayambe	Sitio Natural	Ayora	Pichincha
8	Mitad del Mundo	Sitio Cultural	San Antonio de Pichincha	Pichincha

Fuente: Presente investigación

4.6.1.5. Análisis de la competencia

Los lugares antes mencionados forman parte de la competencia directa e indirecta a la parroquia de Lloa, por brindar al visitante actividades turísticas similares y mejores, donde la oferta de sus productos se concentra en actividades de aventura, turismo de naturaleza, ecoturismo y aviturismo.

En el caso de las parroquias de Nanegal y MIndo, al ser cercanos a la parroquia de Lloa, se muestra la presencia de recursos turísticos afines como,

cascadas, ríos, senderos, entre otros, mismos que generan gran competitividad y al mismo tiempo preferencia por parte de turistas, por ser más conocidos, tener mejor accesibilidad y tener un mayor interés y organización en el desarrollo turístico de sus atractivos.

4.6.1.7. Superestructura

Según el GAD de la parroquia de Lloa (2012), como parte de la superestructura están: instituciones públicas, privadas y ONG´s que brindan asistencia técnica en varios temas, los cuales se muestran en la Tabla N° 13.

Tabla N° 14. Servicios de instituciones privadas, públicas y ONG´s

PÚBLICA	CAMPO DE ACCIÓN
MINTUR	Asistencia turística
MAE	Asistencia ambiental
MAGAP	Asistencia agrícola y pecuaria
QUITO TURISMO	Capacitaciones y talleres en temas turísticos
ORGANIZACIÓN DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO DE LLOA	Actividades para potenciar las capacidades de desarrollo turístico de la parroquia de Lloa
ADMINISTRACIÓN ZONAL ELOY ALFARO	Planificación y desarrollo de proyectos en la parroquia
GAD PARROQUIAL DE LLOA	Planificación y desarrollo de proyectos en la parroquia
ONG´S	CAMPO DE ACCIÓN
Fondo para la Protección del Agua-FONAG	Actividades de ejecución y financiamiento de procesos que contribuyan a la protección, conservación, mantenimiento y recuperación de las fuentes hídricas
Fundación Sembrar Esperanza “SEMBRES”	Actividades de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Lloa 2012-2025

4.7 Definición de objetivos de desarrollo turístico

Se determina de acuerdo con el enfoque y la potencialidad del espacio. Dichos objetivos posteriormente se irán perfeccionando con base en la información recogida en el proceso de planificación (Bulla y Jiménez, 2013).

4.7.1. Misión

Promocionar la actividad turística en la parroquia de Lloa, a través de estrategias a corto, mediano y largo plazo con la finalidad de generar mayor afluencia turística nacional y extranjera y al mismo tiempo contribuir al desarrollo económico, sociocultural y ambiental de la parroquia.

4.7.2. Visión

Para el año 2023, la parroquia de Lloa será considerada como destino turístico líder de la provincia de Pichincha, generadora de recursos económicos y fuentes de empleo para la comunidad local, competitividad, satisfacción y calidad turística.

4.7.3. Valores y principios turísticos

- **Calidad:** ofrecer servicios y actividades turísticas de alta calidad, para satisfacer las necesidades del turista y crear fidelidad.
- **Compromiso:** crear altos niveles de calidad en los servicios y actividades turísticas ofrecidos al visitante.
- **Colaboración:** proponer un trabajo en mutua participación entre el sector público, industria turística, propietarios de establecimientos de actividades turísticas y la comunidad.

- **Liderazgo:** diseñar estrategias competitivas que incrementen el desarrollo turístico del lugar.
- **Responsabilidad:** cumplir con eficacia y eficiencia el Plan Estratégico Turístico propuesto.

4.7.4. Objetivo General

Fomentar el desarrollo de las actividades turísticas en la parroquia de Lloa, mediante la aplicación de un Plan Estratégico Turístico adecuado y con propuestas innovadoras que generen mejoras en productos y servicios turísticos.

4.7.5. Objetivos Específicos

- Dar a conocer la importancia turística que posee la parroquia de Lloa mediante un análisis previo del atractivo.
- Determinar estrategias a corto, mediano y largo plazo que permitan cumplir los objetivos propuestos y mejoren las falencias en los productos y servicios turísticos de la parroquia.
- Plantear acciones que permitan medir el desempeño obtenido en la aplicación de estrategia

4.8 Análisis y síntesis

De forma integrada se analiza todos los elementos del sistema turístico, con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar se identifica las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los aspectos sociales, económicos, ambientales y políticos (Bulla y Jiménez, 2013).

A continuación, se presenta en la Tabla N° 15 el análisis FODA de la parroquia de Lloa.

4.8.1. Análisis FODA

Tabla N° 15. Análisis FODA

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Parroquia con alto potencial turístico, al ser la más grande del Distrito Metropolitano de Quito.	O1. Parroquia cercana al Distrito Metropolitano de Quito.
F2. Cuenta con seis recintos y nueve barrios, cada uno con diferentes atractivos turísticos.	O2. Desarrollo e implementación de rutas turísticas alternas a la parroquia.
F3. Cuenta con varios pisos climáticos y un rango altitudinal que varía desde los 1800 hasta los 4675 msnm.	O3. Desarrollo turístico a través de ferias y eventos culturales dentro de la parroquia.
F4. Posee paisajes únicos localizados en varios Bosques primarios, zonas subtropicales y páramos.	O5. Beneficio del turismo en feriados, fines de semana y otros.
F5. Alta diversidad de Flora y Fauna	O6. Generador de nuevas fuentes de empleo para la población local y otros.
F6. Extensa variedad de productos agrícolas como: papa, maíz, cebolla, palmito, caña de azúcar, maracuya, entre otros.	O7. Mejora la calidad de vida de la población
F7. Interés de los pobladores por desarrollar actividades turísticas.	O8. Atracción de financiamiento para proyectos turísticos a nivel

	nacional e internacional.
F8. Parroquia en la que se puede desarrollar diferentes tipos de turismo y por ende distintas actividades.	
F9. Cuenta con excelentes vías de acceso a la mayoría de atractivos.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Baja promoción turística	A1. Falta de convenios con Entidades públicas y medios de comercialización
D2. Infraestructura de los atractivos turísticos deficiente.	A2. Desconocimiento de las empresas privadas para invertir en la parroquia.
D3. Ausencia de facilidades para deportes de aventura.	A3. Desastres naturales (deslaves provocados por el invierno, incendios forestales)
D4. Lugares de expendio de alimentación insalubres.	A4. Contaminación y destrucción de los atractivos naturales y su entorno.
D5. Espacios públicos inapropiados e inseguros.	A5. Escases de presupuesto económico en el GAD parroquial para el adecuado desarrollo turístico.
D6. Escases de señalética	A6. Inexistencia de un Plan Estratégico Turístico para fomentar la parroquia y sus actividades.
D7. Inexistencia de un centro de información turística	A7. Desconocimiento de los moradores de la parroquia para operar actividades turísticas correctamente
D8. Inexistencia de guías locales que cubran la demanda turística.	A8. Desconocimiento de la existencia de la parroquia de turistas nacionales y extranjeros
D9. Deficiente comunicación entre el GAD parroquial y entidades públicas para apoyo turístico.	A9. Deforestación del espacio natural, debido a la actividad humana como la explotación de madera y el uso inadecuado de los recursos.
D10. Carencia de operadores turísticos que promocionen la parroquia.	A10. Desinterés por parte de entidades gubernamentales.
D11. Inexistencia de lugares de alojamiento.	A11. Competencia de parroquias y atractivos turísticos similares cercanos y con mejor calidad.
D12. Deficiente atención al cliente o turista	

Fuente: Presente investigación

4.9 Formulación del plan

En la última etapa se desarrolla la propuesta de desarrollo turístico, cuya estructura puede variar de acuerdo con los objetivos, el enfoque y la escala de planificación. El plan debe tener una secuencia lógica de desarrollo (fases o etapas) de ejecución con proyectos y programas prioritarios (Bulla y Jiménez, 2013).

Por consiguiente, las estrategias del presente Plan Estratégico Turístico fueron obtenidas a través del análisis FODA, estas se presentaron en la Tabla N° 16, las mismas que se basan en las cuatro “P’s” del marketing descritas por Kotler y Armstrong 2008.

4.9.1. Cuatro “P’s” del marketing

4.9.1.1. Producto

Es cualquier cosa que puede satisfacer un deseo o necesidad de un mercado para su uso o consumo. Los productos incluyen más que solo bienes tangibles, los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o combinaciones de todo esto (Kotler y Armstrong, 2008).

Estrategias de Producto

De la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros y a los pobladores de la parroquia de Lloa (Anexo N° 1, pág. 83), se estableció las siguientes estrategias en base a las preguntas N° 5, 7, 8, 12, a la observación directa, al estudio de campo realizado y a la entrevista aplicada al Sr. Arturo Sotomayor Presidente del GAD parroquial de Lloa (Anexo N° 2, pág. 86).

- Generar proyectos de capacitación en conjunto con el MINTUR y el GAD parroquial, para potencializar las capacidades de los habitantes que estén interesados en ofrecer el servicio de guianza.
- Generar capacitaciones en conjunto con el MINTUR, MAE, Quito Turismo y Universidades, que deseen instruir a los propietarios de los establecimientos de comida y a los pobladores interesados en temas gastronómicos y afines.
- Buscar financiamiento con ONGs, empresas públicas, privadas o donadores voluntarios, para adecuar los espacios públicos con bancas, escaleras, pasamanos, basureros ecológicos y señalética para generar mayor seguridad, calidad y satisfacción en la visita.
- Con la participación y apoyo de los pobladores y el GAD parroquial, realizar mingas trimestrales en los espacios públicos para mejorar su apariencia y grado de atraktividad para los turistas.
- Generar capacitaciones en conjunto con el MINTUR, MAE, Quito Turismo y Universidades, para los propietarios de establecimientos turísticos en temas de servicio y atención al cliente.
- En base a los principios de Turismo Comunitario, incentivar y capacitar a través del MINTUR, Quito Turismo, ONGs, y universidades a los pobladores interesados para que puedan adecuar sus hogares y así lograr hospedar a los turistas en los mismos.

4.9.1.2. Precio

Es la cantidad o aporte monetario que el cliente debe pagar por un determinado producto o servicio, este es el que genera ingreso a la empresa. Dentro de sus

variables están: descuentos, periodos de pago, condiciones de crédito, promociones, etc. (Kotler y Armstrong, 2008).

Estrategias de Precio

De la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros y a los pobladores de la parroquia de Lloa (Anexo N° 1, pág. 83), se estableció las siguientes estrategias en base a las preguntas N° 2, 3, 7, 10, 11, a la observación directa, al estudio de campo realizado y a la entrevista aplicada al Presidente de la Asociación de trabajadores turísticos de la parroquia de Lloa (Anexo N° 3, pág. 87).

- Lanzar al mercado nuevos paquetes turísticos con costos accesibles tanto para la población local como para los turistas nacionales y extranjeros, manteniendo el equilibrio en calidad-precio y generando así una rápida acogida en la gente.
- Ofertar promociones de hasta el 20% de descuento trimestralmente en los establecimientos turísticos, con la finalidad de atraer turistas y fidelizarlos.
- Diseñar paquetes universitarios y colegiales que tengan un costo aproximado de \$19.99, en la que los estudiantes puedan visitar lugares de interés académico.
- Realizar descuentos de hasta el 10% por pax para grupos de más de 10 personas y de hasta el 5% a las personas que presenten los volantes de promoción repartidos en el Distrito Metropolitano de Quito.

4.9.1.3. 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. Existen varias formas de promocionar un servicio o producto: ventas personales, publicidad, relaciones públicas, entre otras (Kotler y Armstrong, 2008).

Estrategias de Promoción

De la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros y a los pobladores de la parroquia de Lloa (Anexo N° 1, pág. 83), se estableció las siguientes estrategias en base a las preguntas N° 4, 5, 7, a la observación directa, al estudio de campo realizado y a la entrevista aplicada al representante del Infocentro en la parroquia de Lloa (Anexo N° 3, pág. 87).

- A través del producto estrella de Lloa, TERMAS DE PALMIRA, organizar salidas que inicien en este punto y recorran otros atractivos, generando así promoción para los lugares que no son conocidos, pero tienen gran potencial.
- Diseñar mapas turísticos y trípticos de información en idioma inglés y español de todos los atractivos, para que puedan ser distribuidos en los principales puntos turísticos del Distrito Metropolitano de Quito y además se encuentren disponibles en el centro de información turística de la parroquia.
- Crear convenios con Quito Turismo para que puedan integrar en sus paquetes turísticos y revistas de información a la Parroquia de Lloa como un atractivo rural seguro y de calidad.

- En convenio con el GAD parroquial de Lloa colocar vallas publicitarias en puntos estratégicos de la ciudad, además de repartir volantes que contengan información de la parroquia y a la vez oferten descuentos y promociones de los distintos atractivos turísticos.
- Promocionar a la parroquia a través de redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, twitter, entre otras, en las cuales los interesados puedan observar fotografías, videos y experiencias que les animen a visitar la parroquia.
- Mejorar la apariencia de la página web de la parroquia, colocando información de cada atractivo, experiencias de turistas y fotografías, que incentiven a otros a visitarla. Además, se informará al turista de promociones, descuentos, nuevas actividades, eventos, entre otros. La página web será actualizada y monitoreada mensualmente por el encargado del Infocentro de la parroquia de Loa.
- A través del Ministerio de turismo y Quito turismo participar de las ferias turísticas nacionales e internacionales, logrando así promocionar y posicionar a la parroquia en el mercado.
- En convenio con la Universidad Iberoamericana del Ecuador y a través de los diferentes proyectos de vinculación con la comunidad, realizar capacitaciones en temas de turismo, hotelería, gastronomía y comunicación y artes visuales.

4.9.1.4. Plaza de Distribución

Se refiere a aquellas actividades en que la empresa pone el producto a disposición del mercado, este es el elemento mix que se utiliza para que un

producto llegue al cliente y se entiende como plaza un área geográfica para vender un producto o servicio. Las variables de la plaza de distribución pueden ser las siguientes: canales, logística, inventario, ubicación, transporte, cobertura, etc. (Kotler y Armstrong, 2008).

Estrategias de Plaza de Distribución

De la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros y a los pobladores de la parroquia de Lloa (Anexo N° 1, pág. 83), se estableció las siguientes estrategias en base a las preguntas N° 4 y 12, a la observación directa, al estudio de campo realizado y a la entrevista aplicada al Sr. Héctor Moreno Presidente del Barrio San Francisco de Cruz Loma (Anexo N° 2, pág. 86).

- Implementar en la Junta parroquial de Lloa el Centro de Información Turística, en la que los visitantes nacionales y extranjeros puedan encontrar información completa de cada uno de los atractivos turísticos.
- Una vez aprobado el presente Plan Estratégico se lo socializará con el GAD parroquial de Lloa, la administración zonal Eloy Alfaro y la comunidad, con la finalidad de dar a conocer la importancia del cuidado y desarrollo turístico del destino
- En colaboración con el MINTUR, Quito Turismo, GAD parroquial y Asociaciones de Turismo Comunitario de la parroquia, incentivar la creación de operadoras turísticas y agencias de viajes, a fin de que sea la propia población quien opere a los grupos de turistas.
- A través del GAD parroquial, Quito Turismo y la administración zonal Eloy Alfaro, crear alianzas o convenios con agencias de viajes,

compañías de transporte y demás interesados, para fomentar el turismo en la parroquia.

4.9.2. Plan de acción

En las Tablas N° 16 a la 19, se muestran el plan de acción el mismo que está compuesto por: estrategia, tipo de recurso, tiempo de cumplimiento, medición y responsable.

Tabla N° 16. Plan de Acción – Producto

Nº	ESTRATEGIA	TIPO DE RECURSO	TIEMPO DE CUMPLIMI.	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Generar proyectos de capacitación en conjunto con el MINTUR y el GAD parroquial, para potencializar las capacidades de los habitantes que estén interesados en ofrecer el servicio de guianza.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Mensual	GAD parroquial de Lloa, , MINTUR y Comunidad
2	Generar capacitaciones en conjunto con el MINTUR, MAE, Quito Turismo y Universidades, que deseen instruir a los propietarios de los establecimientos de comida y a los pobladores interesados en temas gastronómicos y afines.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Mensual	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Quito Turismo Comunidad
3	Buscar financiamiento con ONGs, empresas públicas, privadas o donadores voluntarios, para adecuar los espacios públicos con bancas, escaleras, pasamanos, basureros ecológicos y señalética para generar mayor seguridad, calidad y satisfacción en la visita.	Financiero, humano, tecnológico y material	Mediano plazo (2 a 4 años)	Trimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Propietarios.
4	Con la participación y apoyo de los pobladores y el GAD parroquial, realizar mingas trimestrales en los espacios públicos para mejorar su apariencia y grado de atractividad para los turistas.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Trimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Comunidad
5	Generar capacitaciones en conjunto con el MINTUR, MAE, Quito Turismo y Universidades, para los propietarios de establecimientos turísticos en temas de servicio y atención al cliente.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Mensual	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Turismo, ONGs, Universidades, Comunidad.
6	En base a los principios de Turismo Comunitario, incentivar y capacitar a través del MINTUR, Quito Turismo, ONGs, y universidades a los pobladores	Financiero, humano, tecnológico y material	Mediano plazo (2 a 4 años)	Trimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Quito Turismo, ONGs,

interesados para que puedan adecuar sus hogares y así lograr hospedar a los turistas en los mismos.				Universidades, Comunidad
---	--	--	--	--------------------------

Fuente: Presente investigación

Tabla Nº 17. Plan de Acción – Precio

Nº	ESTRATEGIA	TIPO DE RECURSO	TIEMPO DE CUMPLIMI.	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Lanzar al mercado nuevos paquetes turísticos con costos accesibles tanto para la población local como para los turistas nacionales y extranjeros, manteniendo el equilibrio en calidad-precio y generando así una rápida acogida en la gente.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR y Agencias de viajes.
2	Ofertar promociones de hasta el 20% de descuento en los establecimientos turísticos, con la finalidad de atraer turistas y fidelizarlos.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR y Agencias de viajes.
3	Diseñar paquetes universitarios que tengan un costo aproximado de \$19.99, en la que los estudiantes puedan visitar lugares de interés académico.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Comunidad y Agencias de viajes.
4	Realizar descuentos de hasta el 10% por pax para grupos de más de 10 personas y de hasta el 5% a las personas que presenten los volantes de promoción repartidos en el Distrito Metropolitano de Quito.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, Comunidad, MINTUR y Propietarios.

Fuente: Presente investigación

Tabla Nº 18. Plan de Acción – Promoción

Nº	ESTRATEGIA	TIPO DE RECURSO	TIEMPO DE CUMPLIMI.	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	A través del producto estrella de Lloa, TERMAS DE PALMIRA, organizar salidas que inicien en este punto y recorran otros atractivos, generando así promoción para los lugares que no son conocidos, pero tienen gran potencial.	Financiero, humano, tecnológico y material	Mediano plazo (2 a 4 años)	Mensual	GAD parroquial de Lloa, MINTUR. Agencias de viajes, Comunidad

2	Mejorar la apariencia de la página web de la parroquia, colocando información de cada atractivo, experiencias de turistas y fotografías, que incentiven a otros a visitarla. Además, se informará al turista de promociones, descuentos, nuevas actividades, eventos, entre otros. La página web será actualizada y monitoreada mensualmente por el encargado del Infocentro de la parroquia de Lloa.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Mensual	GAD parroquial de Lloa, MINTUR. Quito Turismo, Municipio de Quito, Comunidad
3	Crear convenios con Quito Turismo para que puedan integrar en sus paquetes turísticos y revistas de información a la Parroquia de Lloa como un atractivo rural seguro y de calidad.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR. Quito Turismo, Comunidad
4	En convenio con el Municipio de Quito colocar vallas publicitarias en puntos estratégicos de la ciudad, además de repartir volantes que contengan información de la parroquia y a la vez oferten descuentos y promociones de los distintos atractivos turísticos.	Financiero, humano, tecnológico y material	Mediano plazo (2 a 4 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, Municipio de Quito, Comunidad.
5	Promocionar a la parroquia a través de redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, twitter, entre otras, en las cuales los interesados puedan observar fotografías, videos y experiencias que les animen a visitar la parroquia.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Mensual	GAD parroquial de Lloa, MINTUR. Comunidad
6	Diseñar una página web, que contenga la información de cada atractivo de la parroquia, además de informar al turista de promociones, descuentos, nuevas actividades, eventos, entre otros.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Mensual	GAD parroquial de Lloa, Comunidad y Propietarios.
7	A través del Ministerio de turismo y Quito turismo participar de las ferias turísticas nacionales e internacionales, logrando así promocionar y posicionar a la parroquia en el mercado.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Semestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Quito Turismo, Comunidad.
8	En convenio con la Universidad Iberoamericana del Ecuador y a través de los diferentes proyectos de vinculación con la comunidad, realizar capacitaciones en temas de turismo, hotelería, gastronomía y comunicación y artes visuales.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, UNIBE, Comunidad y Propietarios

Fuente: Presente investigación

Tabla N° 19. Plan de Acción – Plaza de Distribución

N	ESTRATEGIA	TIPO DE RECURSO	TIEMPO DE CUMPLIMI.	MEDICIÓN	RESPONSABLE
1	Implementar en la Junta parroquial de Lloa el Centro de Información Turística, en la que los visitantes nacionales y extranjeros puedan encontrar información completa de cada uno de los atractivos turísticos.	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Bimestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR, Comunidad.
2	Una vez aprobado el presente Plan Estratégico se lo socializará con el GAD parroquial de Lloa, la administración zonal Eloy Alfaro y la comunidad con la finalidad de dar a conocer la importancia del cuidado y desarrollo turístico del destino	Financiero, humano, tecnológico y material	Corto plazo (1 a 2 años)	Trimestral	GAD parroquial de Lloa, Marcela Bunce, Comunidad y Propietarios.
3	En colaboración con el MINTUR, Quito Turismo, GAD parroquial y Asociaciones de Turismo Comunitario de la parroquia, incentivar la creación de operadoras turísticas y agencias de viajes, a fin de que sea la propia población quien opere a los grupos de turistas.	Financiero, humano, tecnológico y material	Mediano plazo (2 a 4 años)	Semestral	GAD parroquial de Lloa, MINTUR. Comunidad, Asociaciones de Turismo Comunitario, Quito Turismo y Propietarios.
4	A través del GAD parroquial, Quito Turismo y la administración zonal Eloy Alfaro, crear alianzas o convenios con agencias de viajes, compañías de transporte y demás interesados, para fomentar el turismo en la parroquia.	Humano, tecnológico y material	Mediano plazo (2 a 4 años)	Semestral	GAD parroquial de Lloa, Quito Turismo, Administración zonal Eloy Alfaro, Propietarios y Comunidad

Fuente: Presente investigación

4.9.3. Presupuesto

En la Tabla N° 20, se presenta el detalle del presupuesto aproximado para ejecutar el presente Plan Estratégico Turístico, mismo que tiene como respaldo una proforma referente a los costos de promoción (Anexo N° 9, pág. 98). Algunas de las estrategias no han sido tomadas en cuenta en el presupuesto, debido ha que serán financiadas por el GAD parroquial, convenios con Universidades y entidades públicas.

Tabla N° 20. Presupuesto

CAMPO PRESUPUESTARIO GENERAL	DETALLE	COSTO UNITARIO (INCLUIDO IVA)	UNIDADES ANUAL	TOTAL
PRODUCTO	Elaboración de folleto de estudio por modulo para capacitaciones, en convenio con Universidades.	\$ 2.50	96	\$ 240.00
	Elaboración de folleto de estudio por modulo para capacitaciones, en convenio con Entidades públicas.	\$ 2.50	96	\$ 240.00
	Materiales de oficina para capacitaciones (esferos, lápices, tableros, hojas, carpetas)	-	-	\$ 200.00
PROMOCIÓN	Impresión de mapas turísticos	\$ 0.09	9600	\$ 864.00
	Impresión de trípticos informativos	\$ 0.15	9600	\$ 1440.00
	Impresión de volantes	\$ 0.05	9600	\$ 480.00
	Colocación y alquiler de espacio para valla publicitaria (2.5 metros X 2 metros)	\$ 563.60	3	\$ 1690.80
	TOTAL			\$ 5154.80

Fuente: Presente investigación

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La investigación incluye aspectos que se pudieron identificar junto con autoridades, miembros de la parroquia y visitantes a través de las entrevistas y encuestas realizadas, conociendo así las debilidades y fortalezas que presenta; convirtiéndose esto en sustento para posteriores investigaciones.
- La gestión que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Lloa, ha permitido avances en temas turísticos, sin embargo, no existe un completo interés por parte de los pobladores en emprender correctamente en temas turísticos y esto debido a la falta de conocimiento y experiencia, además de que no lo ven como una oportunidad económica. Es indispensable capacitar y asesorar a los propietarios de los establecimientos turísticos con la finalidad de que sus procesos sean eficaces y el desarrollo de la actividad se realice con éxito.
- La parroquia de Lloa sin duda necesita ser promocionada y comercializada de una manera correcta y efectiva, solamente así se logrará atraer el número de turistas esperados.
- El presente Plan Estratégico Turístico proporcionará a la parroquia las herramientas y estrategias necesarias para gestionar la actividad turística y acceder a financiamiento para realizar mejoras en la parroquia y sus atractivos.
- Implementar capacitaciones para la planta hotelera para que puedan ofrecer un excelente servicio, de la misma manera es necesario

gestionar sitios de hospedaje de calidad y confortables en los hogares de los pobladores de la parroquia.

5.2. Recomendaciones

- El presente trabajo da apertura a futuras investigaciones, que ayuden a los diferentes establecimientos turísticos a mejorar sus procesos y calidad en el servicio, siempre con una visión sostenible.
- Aprovechar las fortalezas turísticas que posee la parroquia de Lloa, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los pobladores, logrando que ellos encuentren en la actividad una fuente de ingresos.
- Se recomienda que se implemente el presente Plan Estratégico Turístico en la parroquia de Lloa y se dé seguimiento a las estrategias planteadas para que pueda contribuir en el desarrollo turístico a corto, mediano y largo plazo.
- Creación de asociaciones turísticas para que con el apoyo y dirección del GAD parroquial se diseñen alianzas estratégicas con entidades privadas, públicas u ONGs, que estén dispuestos a financiar los diferentes proyectos turísticos para desarrollarlos en la parroquia.
- Implementar el Centro de información turística en la junta parroquia, con el fin de brindar un mejor servicio al turista y a la vez promocionar la actividad.

GLOSARIO

Afluencia turística: Acudir en abundancia o concurrir en gran número a un lugar o sitio turístico determinado (RAE, 2016).

Atractivos turísticos: Todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica (OMT, 2015).

Biodiversidad: Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente (RAE, 2016).

Dinamizar: Imprimir rapidez e intensidad a un proceso (RAE, 2016).

Estrategia: es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto (RAE, 2016).

Ecoturismo: Es el turismo de naturaleza, que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y de la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia (OMT, 2015).

Plan: Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra (RAE, 2016).

Planta turística: Conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin (OMT, 2015).

Pluviosidad: Cantidad de lluvia que recibe un sitio en un período determinado de tiempo (RAE, 2016).

Precipitación: Agua procedente de la atmósfera, y que en forma sólida o líquida se deposita sobre la superficie de la tierra (RAE, 2016).

Recursos turísticos: Elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda (OMT, 2015).

Turismo rural: Toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza (OMT, 2015).

Viaje turístico: Todo desplazamiento de una persona a un sitio 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 (OMT, 2015).

Zona: Extensión considerable de terreno cuyos límites están determinados por razones administrativas, políticas, etc (RAE, 2016).

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes Impresas

Acerenza, M. (2012). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*.

México, D.F. Editorial Trillas, S.A. de C.V. 125pp.

Acerenza, M. (2014). *Política turística y Planificación del Turismo*. México, D.F.

Editorial Trillas, S.A. de C.V. 120pp.

Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador, Art. 280*.

Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom. 100pp.

Bulla, L., & Jiménez, W. (2013). *Turismo, tendencias globales y planificación estratégica*. Bogotá, Colombia. Ecoe Ediciones. 193pp.

Fred, D. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. México D.F. Editorial Pearson Educación. 380pp.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia de Lloa. (GAD). (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia Lloa 2012-2025*. Quito. Editorial Unier. 115pp.

Guerrero, P., & Ramos, R. (2011). *Introducción al Turismo*. México, D.F. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. 294PP.

Nasimba, C., González, M., & Manzano, P. (2016). *Evaluación de las competencias laborales turísticas para el fortalecimiento del turismo comunitario en el Circuito Zumbahua-Chugchilán*. *Qualitas*, 12, 68-92.

Nasimba, C., & Cejas, M. (2015). *Diseño de productos turísticos y sus facilidades*. *Qualitas*, 10, 22-39.

Nag, R, Hambrick, D & Chen, M. (2007). *What is strategic management, really? Inductive derivation of a consensus definition of the field*. *Strategic Management Journal*. Volumen 28, No. 9.

Organización Mundial del Turismo. (OMT). (2012). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. Guía Práctica. Madrid. 125pp.

Organización Mundial del Turismo. (OMT). (1999). *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid.

PLANDETUR 2020. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Quito. 534pp.

Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: *Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural* (2009). República del Ecuador.

Ramos, A & Ruiz, J. (2004). *Changes in the intelectual structure of strategic management: a bibliometric study of the strategic management journal*.

Ricaurte, C. (2009). *Manual de diagnóstico turístico local*. Guayaquil, Ecuador. Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Yáñez, P. (2013). *La pérdida de los bosques tropicales: algunos de sus efectos sobre la estabilidad de nuestro Planeta*. *Qualitas*, 6, 74- 78.

Fuentes de internet

Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo. (EPMQT). (2014). *Desarrollo del Turismo en Quito*. Disponible en: <https://www.quito-turismo.gob.ec/>.

Fecha de consulta: 03 de diciembre de 2017.

FEPTCE. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

(2010). Disponible en:

www.feptce.org/images/stories/contenido/pdfs/estadisticofeptce.pdf.

Fecha de consulta: 10 de diciembre de 2017.

Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo.

(CGEIMINTUR). (2015). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2011-2015*.

Disponible en:

<http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismocifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2011-2015.pdf>. Fecha de consulta: 02

de diciembre de 2017.

Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo.

(CGEIMINTUR). (2017). *Investigación integral del Turismo Internacional en Ecuador*. Disponible en:

<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>. Fecha

de consulta: 02 de diciembre de 2017.

Ibáñez, R. (2015). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo*

tradicional y turismo alternativo. Disponible en:

<http://www.publicaciones.inecc.gob.mx/libros/669/tipologias.pdf>. Fecha

de consulta: 6 de diciembre de 2017.

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (PRO ECUADOR).

(2012). *Análisis del sector Turismo*. Disponible en:

https://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2012/12/PROEC_AS

[2012_TURISMO.pdf](https://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2012/12/PROEC_AS). Fecha de consulta: 04 de diciembre de 2017.

Instituto Metropolitano de Patrimonio. (IMP). (2015). *La parroquia de Lloa recupera su patrimonio*. Disponible en: <http://www.patrimonio.quito.gob.ec/index.php/multimedia/noticias/391-la-mariscal-un-libro-para-conocer-la-historia-moderna-de-quito>. Fecha de consulta: 26 de octubre de 2017.

Kotler, P y Armstrong. (2008). *Fundamentos del Marketing*. 8ª edición. México. Prentice Hall México. 656pp. Disponible en: <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/2016-1/fundamentos-de-marketing-kotler-8edi.pdf>. Fecha de consulta: 30 de mayo de 2018.

Ministerio de Turismo. (MINTUR). (2013). *En este verano se invita a los turistas a descubrir el encanto de Lloa*. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/en-este-verano-se-invita-a-los-turistas-a-descubrir-el-encanto-de-lloa/>. Fecha de consulta: 23 de octubre de 2016.

Ministerio de Turismo. (MINTUR). (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador*. Disponible en: http://optur.org/pdf/PIMTE_2014-EDICION-Turismo-Interno.pdf. Fecha de consulta: 01 de diciembre de 2017.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (SENPLADES). (2011). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Disponible en: <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>. Fecha de consulta: 7 de diciembre de 2017.

Organización Mundial del Turismo. (OMT). (2014). *Panorama OMT del turismo Internacional edición 2014*. Disponible en:

https://issuu.com/bibliotecaperiodismoturistico/docs/panorama_omt_201

4. Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2016.

OMT (Organización Mundial del Turismo). (2015). Diccionario de términos básicos. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>. Fecha de consulta: 23 de octubre de 2017.

Quito Turismo. (2015). *Desarrollo del Turismo Rural en el Distrito Metropolitano de Quito*. Disponible en: <https://www.quito-turismo.gob.ec/la-institucion/que-hacemos/desarrollo-turistico-rural>. Fecha de consulta: 01 de diciembre de 2017.

RAE (Diccionario de la Real Academia Española). (2016). Disponible en: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>. Fecha de consulta: 9 de diciembre de 2017.

ANEXOS

ANEXO Nº 1

Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros a ser efectuada en la Parroquia de Lloa.

Instrucciones de ejecución:

- Responder con sinceridad.
- Ser lo más claro y objetivo.

Pregunta 1. Género. Marque con una X

Femenino Masculino

Pregunta 2. País de origen

¿Cuál es su país de origen.....?

Pregunta 3. Edad. Marque con una X

De 15 a 25 años De 41 a 50 años
 De 26 a 40 años De 51 en adelante

Pregunta 4. ¿Cómo se enteró de la existencia de los atractivos turísticos que ofrece la parroquia de Lloa? Marque con una X.

Prensa Amigos o familiares
 Internet
 Otro especifique.....

Pregunta 5. De los siguientes atractivos, ¿cuáles ha visitado? Diga SI o NO

OPCIÓN	LO HA VISITADO
Santuario de la Virgen de El Cinto	
Iglesia de Lloa y Parque Central	
Volcán Guagua Pichincha	

Termas de Palmira	
Ruta Ecológica Lloa-Mindo	
Sector Chiriboga	
Volcán Rucu Pichincha	
Playas de El Cristal	
Minas de Soroche	
Cascadas de Chirincho	
Cascadas de las 7 Caras	

Pregunta 6. ¿Cuándo usted visitó la parroquia de Lloa con cuantas personas fue acompañado? Marque con una X

- Solo
 Acompañado de 7 a 9 personas
 Acompañado de 1 a 3 personas
 Acompañado de 10 o más
 Acompañado de 4 a 6 personas

Pregunta 7. ¿Cuál fue su experiencia al visitar los atractivos? Marque con una X

- Regular
 Muy buena
 Buena
 Excelente

Pregunta 8. Cuando usted visitó la parroquia ¿cuál fue su motivo de viaje? Marque con una X.

OPCIÓN	
Turismo recreacional	
Turismo cultural	
Turismo de aventura	
Turismo Religioso	
Ecoturismo	
Agroturismo	

Pregunta 9. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a la parroquia?

Marque con una X

- Privado Contratado
 Público

Pregunta 10. Cuando viajó a la parroquia de Lloa ¿cuál fue el promedio de gasto diario por persona?

- Menos de US \$ 10 De US \$ 16 a 19
 De US \$ 11 a 15 Más de US \$ 20

Pregunta 11. Si los servicios, productos e infraestructura dentro de la parroquia mejorarían ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumo diario por persona?

- De US \$ 20 a 29 De US \$ 40 a 49
 De US \$ 30 a 39 Más de US \$ 50

Pregunta 12. Los servicios turísticos que recibió en esta visita fueron:

SERVICIOS TURISTICOS	MUY BUENO	BUENO	MALO	NO EXISTE
Alojamiento				
Alimentación				
Guianza				
Información turística				

¿Algún comentario extra?.....

ANEXO Nº 2

Entrevista aplicada al Presidente del GAD de la Parroquia de Lloa Señor. Arturo Sotomayor y al Presidente del Sector San Francisco de Cruz Loma Señor Héctor Moreno.

Pregunta 1. ¿Cómo cree usted que se ha desarrollado el turismo en la parroquia de Lloa durante los últimos años?

Pregunta 2. ¿Está consciente de los beneficios que conlleva el apropiado desarrollo del turismo?

Pregunta 3. ¿Cuál es el apoyo que su gestión le está dando al turismo?

Pregunta 4. ¿Cuáles son los proyectos turísticos que se han desarrollado en Lloa durante los últimos cinco años?

Pregunta 5. ¿Cuál es su visión a largo plazo sobre el turismo en la Parroquia?

Pregunta 6. ¿Cuáles son los organismos en los que está apoyándose para el desarrollo de esta actividad?

Pregunta 7. ¿Han recibido algún tipo de capacitación por parte de alguna entidad pública?

Pregunta 8. ¿De qué manera ha participado el Ministerio de Turismo en la parroquia?

Pregunta 9. ¿Usted considera que una Planificación Estratégica Turística ayudaría al desarrollo y mejoramiento del Turismo en la parroquia?

ANEXO Nº 3

Entrevista aplicada al Representante del Infocentro en la parroquia de Lloa y al Presidente de la Asociación de trabajadores turísticos de la parroquia de Lloa

Pregunta 1. ¿Cuál es el beneficio que gracias al turismo se puede evidenciar en la parroquia?

Pregunta 2. Según su punto de vista ¿Cuáles son las falencias que tiene la actividad turística en la parroquia?

Pregunta 3. ¿Usted considera que ha existido durante los dos últimos años un incremento de turistas que visita la parroquia?

Pregunta 4. ¿Cuáles son las temporadas o meses en que la parroquia recibe mayor número de turistas?

Pregunta 5. ¿En qué día de la semana existe mayor número de turistas?

Pregunta 6. ¿Según su criterio cuales son los tres atractivos más visitados?

Pregunta 7. ¿Cree usted que ha habido interés por parte de los habitantes para emprender en el ámbito turístico?

Pregunta 8. ¿El gobierno parroquial desde su punto de vista ha tenido interés para incentivar el turismo?

ANEXO Nº 4

Ficha técnica de observación del atractivo Volcán Guagua Pichincha

FICHA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
1. DATOS GENERALES									
ENCUESTADOR:	Marcela Bunce				FICHA Nº	01			
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	VOLCÁN GUAGUA PICHINCHA				FECHA:	12-abr-18			
PROPIETARIO (S):	Comunidad								
CATEGORÍA:	Recurso Natural	TIPO:	Montaña	SUBTIPO:	Media montaña				
2. UBICACIÓN									
PROVINCIA:	Pichincha			PARRO.	Lloa				
CANTÓN:	Quito								
3. POBLADOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO									
NOMBRE DEL POBLADO:	Cabecera parroquial de Lloa				DISTANCIA (km):	10 Km.			
CALIDAD/VALOR INTRÍNSECO									
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO									
DESCRIPCIÓN GENERAL									
El volcán Guagua Pichincha se encuentra ubicado a 12 km al oeste de la ciudad de Quito, en la Cordillera Occidental de los Andes Ecuatorianos. Consiste de un domo, denominado Cristal, ubicado dentro de escarpe de deslizamiento que tiene forma de herradura abierta hacia el occidente.									
ALTURA MIN.	4200 msnm	ALTURA MAX.	4776 msnm	TEMPERATURA:	De -2 °c a 9 °c				
CALIDAD/VALOR EXTRÍNSECO									
5. USOS (SIMBOLISMO)									
En este atractivo se realizan actividades como caminatas por sus senderos, ciclismo, escalada hacia la cumbre y avistamiento de aves									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS	Su estado se debe a que la gente grafittea las rocas		
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>						
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO									
ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS	Existe mucha basura en todos los senderos y ademas existe quema de pajonales		
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>						
APOYO									
8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPOR.	FRECUENCIA			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS				X
	LASTRADO		x		AUTOMOV.				X
	EMPEDRADO				4X4				X
	SENDERO				OTROS				X
CAUSAS:	El camino se encuentra en un estado regular porque no existe financiamiento para mejorarlo, el transporte es eventual pues el atractivo es solo visitado por escaladores.								
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y SERVICIOS DENTRO DEL ATRACTIVO									
DETALLE	BUEN ESTADO	MAL ESTADO	OBSERVACIONES						
VESTIDORES			No existen						
SERVICIOS HIGIÉNICOS	X								
RESTAURANTE			No existen						
SENDERO	X								
CENTRO DE INFORMACION TURÍSTICA			No existen						
SEÑALETICA	X								

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL		NACIONAL	X	OBSERVACIONES:
PROVINCIAL		INTERNACIONAL		

11. FOTOGRAFÍA DEL ATRACTIVO DEL ATRACTIVO



ANEXO Nº 5

Ficha técnica de observación del atractivo Iglesia y Parque Central de Lloa

FICHA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
1. DATOS GENERALES									
ENCUESTADOR:	Marcela Bunce				FICHA Nº	02			
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	IGLESIA Y PARQUE CENTRAL DE LLOA				FECHA:	22-abr-18			
PROPIETARIO (S):	Comunidad								
CATEGORÍA:	Recurso Cultural		TIPO:	Arquitectura	SUBTIPO:	Historica			
2. UBICACIÓN									
PROVINCIA:	Pichincha			PARRO.	Lloa				
CANTÓN:	Quito								
3. POBLADOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO									
NOMBRE DEL POBLADO:	Cdla. Reino de Quito/Barrio Mena dos				DISTANCIA (km):	10 Km.			
CALIDAD/VALOR INTRÍNSECO									
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO									
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Lloa fue parroquializada el 29 de mayo de 1861, el parque central de la parroquia aun guarda arquitectura colonial muy bien conservada, alrededor de este se puede encontrar varios establecimientos de alimentación, además de la iglesia central. Este es un lugar de encuentro de todos los pobladores									
ALTURA MIN.	3100 msnm	ALTURA MAX.	3100 msnm	TEMPERATURA:	De 5 °c a 18 °c				
CALIDAD/VALOR EXTRÍNSECO									
5. USOS (SIMBOLISMO)									
Festividad de la Virgen del Cinto que se realiza todos los meses de septiembre en la capilla del mismo nombre así mismo todos los meses de agosto se da la tradicional peregrinación de la Virgen del volcán que consiste en una caminata desde el centro de la parroquia hasta la cima del Guagua Pichincha									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS			
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>						
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO									
ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS			
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>						
APOYO									
8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPOR.	FRECUENCIA			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X			
	LASTRADO				AUTOMOV.	X			
	EMPEDRADO				4X4	X			
	SENDERO				OTROS	X			
CAUSAS:	El camino se encuentra en buen estado								
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y SERVICIOS DENTRO DEL ATRACTIVO									
DETALLE	BUEN ESTADO	MAL ESTADO	OBSERVACIONES						
VESTIDORES			No existen						
SERVICIOS HIGIÉNICOS	X								
RESTAURANTE	X								
SENDERO			No existen						
CENTRO DE INFORMACION TURÍSTICA			No existen						
SEÑALETICA	X		No existen						

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL		NACIONAL	X	OBSERVACIONES:
PROVINCIAL		INTERNACIONAL		

11. FOTOGRAFÍA DEL ATRACTIVO DEL ATRACTIVO



ANEXO Nº 6

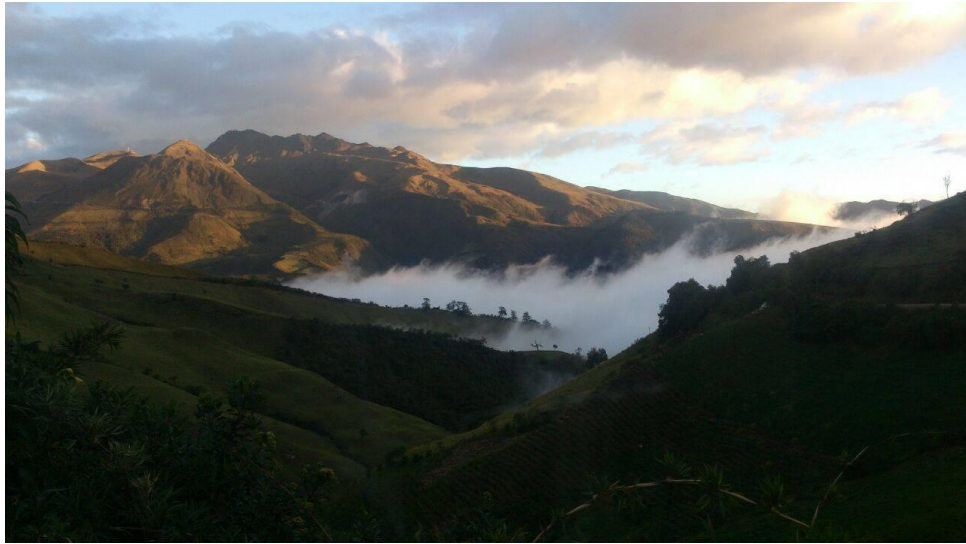
Ficha técnica de observación del atractivo Sector Chiriboga

FICHA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
1. DATOS GENERALES									
ENCUESTADOR:		Marcela Bunce				FICHA Nº		03	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		SECTOR CHIRIBOGA				FECHA:		17-mar-18	
PROPIETARIO(S):		Comunidad							
CATEGORÍA:		Recurso Natural		TIPO:	Planicie	SUBTIPO:		Valle	
2. UBICACIÓN									
PROVINCIA:		Pichincha				PARRO.		Lloa	
CANTÓN:		Quito							
3. POBLADOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO									
NOMBRE DEL POBLADO:		El Rocio				DISTANCIA (km):		2 Km.	
CALIDAD/VALOR INTRÍNSECO									
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO									
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Chiriboga recorre varios pisos altitudinales con accidentes geográficos como quebradas, cascadas y elevaciones en las cuales existen bosques primarios y secundarios con variedad de flora y fauna. Se puede desarrollar el turismo de aventura actualmente representado por el trekking y el ciclismo de montaña y el ecoturismo representado por el aviturismo.									
ALTURA MIN.	1700 msnm	ALTURA MAX.	2000 msnm		TEMPERATURA:		De 15 °c a 25 °c		
CALIDAD/VALOR EXTRINSECO									
5. USOS (SIMBOLISMO)									
La antigua vía a la Costa desde la ciudad de Quito, iniciaba al sur de la misma y recorría la población de San Juan y Chiriboga hasta llegar a Santo Domingo de los Tsáchilas, desde la década de los 70 la vía dejó de ser el camino más usado para la transportación de carga y personas. Actualmente la población se dedica a la agricultura, la ganadería y la silvicultura.									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS	El atractivo esta alterado y esto se debe a que existe tala de arboles irracional y basura en senderos		
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO									
ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS	El atractivo esta alterado y esto se debe a que existe tala de arboles irracional y basura en senderos		
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
APOYO									
8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPOR.	FRECUENCIA			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS				X
	LASTRADO	X			AUTOMOV.				X
	EMPEDRADO				4X4				X
	SENDERO	X			OTROS				X
CAUSAS:	El camino se encuentra en buen estado								
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y SERVICIOS DENTRO DEL ATRACTIVO									
DETALLE	BUEN ESTADO	MAL ESTADO	OBSERVACIONES						
VESTIDORES			No existen						
SERVICIOS HIGIÉNICOS	X								
RESTAURANTE	X								
SENDERO	X								
CENTRO DE INFORMACION TURÍSTICA			No existen						
SEÑALÉTICA	X								

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL	X	NACIONAL		OBSERVACIONES:
PROVINCIAL		INTERNACIONAL		

11. FOTOGRAFÍA DEL ATRACTIVO DEL ATRACTIVO



ANEXO Nº 7

Ficha técnica de observación del atractivo Ruta Ecológica Lloa – Mindo

FICHA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
1. DATOS GENERALES									
ENCUESTADOR:		Marcela Bunce			FICHA Nº		04		
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		RUTA ECOLÓGICA LLOA - MINDO			FECHA:		20-may-18		
PROPIETARIO (S):		Comunidad							
CATEGORÍA:		Recurso Natural	TIPO:	Bosque	SUBTIPO:	Nublado			
2. UBICACIÓN									
PROVINCIA:		Pichincha			PARRO.			Lloa - Mindo	
CANTÓN:		Quito - San Miguel de los Bancos							
3. POBLADOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO									
NOMBRE DEL POBLADO:		Río Cristal			DISTANCIA (km):		8 Km.		
CALIDAD/VALOR INTRÍNSECO									
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO									
DESCRIPCIÓN GENERAL									
La ruta recorre 60Km, cruza por detrás de uno de los volcanes más importantes de Quito, el Pichincha, y es un paraíso para ornitólogos, entomólogos, agrónomos, ecologistas y viajeros.									
ALTURA MIN.	1300 msnm	ALTURA MAX.	2900 msnm	TEMPERATURA:	De 15 °c a 25 °c				
CALIDAD/VALOR EXTRÍNSECO									
5. USOS (SIMBOLISMO)									
Aquella ruta conecta dos puntos que poca gente sabe que pueden unirse, dos puntos turísticos que presumen, cada uno, particularidades únicas con sus floras y sus faunas, sus alturas y sus climas: Lloa, al sur de Quito, y Mindo, al noroccidente. Es una ruta escondida de la que pocos han escuchado, ideal para parapentistas, mochileros, caminantes extremos, aventureros senderistas									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS			
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>						
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO									
ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS			
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>						
APOYO									
8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPOR.	FRECUENCIA			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS				X
	LASTRADO				AUTOMOV.				X
	EMPEDRADO				4X4				X
	SENDERO	X			OTROS				X
CAUSAS:	El camino se encuentra en buen estado								
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y SERVICIOS DENTRO DEL ATRACTIVO									
DETALLE	BUEN ESTADO	MAL ESTADO	OBSERVACIONES						
VESTIDORES			No existen						
SERVICIOS HIGIÉNICOS			No existen						
RESTAURANTE			No existen						
SENDERO	X								
CENTRO DE INFORMACION TURÍSTICA			No existen						
SEÑALETICA	X								

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL		NACIONAL	X	OBSERVACIONES:
PROVINCIAL		INTERNACIONAL		

11. FOTOGRAFÍA DEL ATRACTIVO DEL ATRACTIVO



ANEXO Nº 8

Ficha técnica de observación del atractivo Termas de Palmira

FICHA TÉCNICA DE OBSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
1. DATOS GENERALES									
ENCUESTADOR:	Marcela Bunce			FICHA Nº	05				
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	TERMAS DE PALMIRA			FECHA:	27-may-18				
PROPIETARIO (S):	Aociación de Aguas Termales de Urauco								
CATEGORÍA:	Recurso Natural	TIPO:	Aguas subterráneas	SUBTIPO:	Manantial de Agua Termal				
2. UBICACIÓN									
PROVINCIA:	Pichincha			PARRO.	Lloa				
CANTÓN:	Quito								
3. POBLADOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO									
NOMBRE DEL POBLADO:	Chilcapamba Palmira			DISTANCIA (km):	1 Km.				
CALIDAD/VALOR INTRÍNSECO									
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO									
DESCRIPCIÓN GENERAL									
Las termas de Palmira son unas piscinas de aguas minerales situadas en Urauco. El complejo termal consta de dos piscinas de aguas de origen volcánico, una fabricada y la otra natural. Dispone también de servicios de duchas, restaurante y canchas deportivas.									
ALTURA MIN.	2300 msnm	ALTURA MAX.	2300 msnm	TEMPERATURA:	De 5 °c a 18 °c				
CALIDAD/VALOR EXTRÍNSECO									
5. USOS (SIMBOLISMO)									
El color de las aguas es verdoso ligeramente transparente y tienen una temperatura de 14°C. Debido a sus componentes minerales los pobladores de la zona les atribuyen propiedades medicinales.									
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO									
ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS			
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>						
7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO									
ALTERADO	<input type="checkbox"/>	NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>	EN PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	CAUSAS			
DETERIORAD	<input type="checkbox"/>	CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>						
APOYO									
8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPOR.	FRECUENCIA			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTU
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X			
	LASTRADO	X			AUTOMOV.	X			
	EMPEDRADO				4X4	X			
	SENDERO				OTROS	X			
CAUSAS:	El camino se encuentra en buen estado								
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y SERVICIOS DENTRO DEL ATRACTIVO									
DETALLE	BUEN ESTADO	MAL ESTADO	OBSERVACIONES						
VESTIDORES	X								
SERVICIOS HIGIÉNICOS	X								
RESTAURANTE	X								
SENDERO	X								
CENTRO DE INFORMACION TURÍSTICA			No existen						
SEÑALETICA	X								

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL		NACIONAL	X	OBSERVACIONES:
PROVINCIAL		INTERNACIONAL		

11. FOTOGRAFÍA DEL ATRACTIVO DEL ATRACTIVO



ANEXO Nº 9

Proforma Editorial Patria Multiservicios



Ramírez Dávalos y Ulloa
Telf: 2903 696 / 3214 192
papepatria_pespinosa@hotmail.es
Ruc: 1710085919001
Quito - Ecuador



COTIZACIÓN N°. 003363

Quito, 11 de septiembre del 2018

Cliente: Marcela Blanca
Ruc:
Dirección:
Teléfono:
Atención:
Vigencia de la cotización:

CANTIDAD	MATERIALES	V. UNITARIO	V. TOTAL
1000	Tripticos en papel couche 150gr, Incluye diseño e impresión	0,13	130,00
2000	Volantes tamaño A6 solo tiro, incluye diseño e impresión	0,045	90,00
1000	Mapas turisticos tamaño A5, incluye diseño e impresión	0,08	80,00
1	Estructura con lona tamaño 2,5 x 2,00 con instalación, incluye diseño e impresión	280,00	280,00

Estos precios no incluyen IVA

Observaciones: El trabajo se realizara con 50% a la firma del contrato y el 50% restante a la entrega del trabajo

PAPELERIA PATRIA

FIRMA AUTORIZADA