

**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR**



**CARRERA:** GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

**TEMA:** DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE  
PINTAG, DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

**AUTOR:** ERIKA DANIELA QUIMBITA GUAÑA

**ASESOR:** ING. JESSICA PATRICIA MEDINA VILLACRÉS

Quito, 2018





## NOTARÍA DÉCIMO NOVENA DEL CANTÓN QUITO

1 objeto y resultado de esta Escritura, a la que procede  
2 a celebrarla con amplia y entera voluntad, para su  
3 otorgamiento me expone lo siguiente: yo, **ERIKA**  
4 **DANIELA QUIMBITA GUAÑA** portadora de la cédula  
5 de ciudadanía Número uno siete dos uno tres cuatro  
6 nueve seis cero uno (1721349601), por mis propios y  
7 personales derechos, prevenido de las penas por  
8 perjurio y falso testimonio, libre y voluntariamente  
9 **DECLARO BAJO JURAMENTO** que la investigación  
10 que versa sobre “DISEÑO DE UN PRODUCTO  
11 TURISTICO EN LA PARROQUIA DE PINTAG DEL  
12 DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”, así como  
13 las expresiones como las expresiones vertidas en la  
14 misma, son de mi autoría. Además, bajo juramento  
15 declaro que he realizado en base a estudios,  
16 recopilaciones bibliográficas, consultas de internet y  
17 consulta de campo. En consecuencia, asumo la  
18 responsabilidad de la originalidad de la misma y el  
19 cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas  
20 respectivas para fundamentar el contenido expuesto,  
21 Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad.  
22 - **(HASTA AQUÍ EL DECLARANTE)**”. - En  
23 consecuencia, el otorgante se afirma en el contenido  
24 de su declaración, la cual se la autoriza a escritura  
25 pública y queda incorporada en el protocolo a mi  
26 cargo para que surta sus efectos legales. El  
27 compareciente me presentó sus documentos de  
28 identidad, los mismos que fueron devueltos luego de





## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



**Número único de identificación:** 1721349601

**Nombres del ciudadano:** QUIMBITA GUAÑA ERIKA DANIELA

**Condición del cedulado:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/PICHINCHA/QUITO/SAN BLAS

**Fecha de nacimiento:** 17 DE MAYO DE 1988

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** MUJER

**Instrucción:** SUPERIOR

**Profesión:** TÉC.SUP.HOTE.Y TURIS

**Estado Civil:** EN UNION DE HECHO

**Cónyuge:** JACHO CHILQUINGA KLEVER RAUL

**Fecha de Matrimonio:** 23 DE FEBRERO DE 2017

**Nombres del padre:** QUIMBITA NEPTALI

**Nombres de la madre:** GUAÑA MAGDALENA

**Fecha de expedición:** 23 DE FEBRERO DE 2017

Información certificada a la fecha: 7 DE FEBRERO DE 2018

Emisor: GABRIELA ESTEFANIA ZAVALA NOROÑA - PICHINCHA-QUITO-NT 19 - PICHINCHA - QUITO

N° de certificado: 187-092-02137



187-092-02137

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente






**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN No. **172134960-1**



**CIUDADANÍA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
 QUIMBITA GUANA  
 ERIKA DANIELA  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
 PICHINCHA  
 QUITO  
 SAN BLAS  
 FECHA DE NACIMIENTO 1988-05-17  
 NACIONALIDAD ECUATORIANA  
 SEXO MUJER  
 ESTADO CIVIL EN UNION DE HECHO  
 KLEVER RAUL  
 JACHO CHILIQINGA

INSTRUCCIÓN SUPERIOR  
 PROFESIÓN Y OCUPACIÓN  
 TEC.SUP.HOTE Y TURIS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE  
 QUIMBITA NEPTALI  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE  
 GUANA MAGDALENA  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
 QUITO  
 2017-02-23  
 FECHA DE EXPIRACIÓN  
 2027-02-23

V4333V4222  
 001284870

ICM 16 12 691 28

  
 DIRECTOR GENERAL

  
 REGISTRAR


**CERTIFICADO DE VOTACIÓN**  
 4 DE FEBRERO 2018



**056**  
 JUNTA No.  
 172134960-1

**056 - 194**  
 NÚMERO

**1721349601**  
 CÉDULA

**QUIMBITA GUANA ERIKA DANIELA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES



PICHINCHA  
 PROVINCIA  
 RUMIÑAHUI  
 CANTÓN  
 SANGOLOQUI  
 PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:  
 ZONA:



DOY FE: QUE ES FIEL  
 COPIA DEL ORIGINAL  
 QUITO,

07 FEB 2018

Ab. Camilo Salinas Zamora  
 NOTARIO DECIMO NOVENO (19)  
 CANTON QUITO



# NOTARÍA DÉCIMO NOVENA DEL CANTÓN QUITO

1 hacer las anotaciones respectivas. Leída que fue esta  
2 declaración de principio a fin, por mí, el Notario, en  
3 alta voz, al otorgante, quien lo aprueba en todas sus  
4 partes, se afirma, ratifica y firma, en unidad de acto  
5 conmigo, el Notario, doy fe.-----

6 -----

7

8

9

10 **SEÑORA ERIKA DANIELA QUIMBITA GUAÑA**

11 **C.C. N° 172134960-1**

12

13

14

15

16

**AB. CAMILO SALINAS ZAMORA, Msc**  
**NOTARIO DÉCIMO NOVENO DEL CANTÓN QUITO**

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

SE OTORGÓ ANTE MÍ, EN FE DE ELLO  
CONFIERO ESTA PRIMERA  
COPIA CERTIFICADA, FIRMO, SELLO Y  
RUBRICO. EN EL MISMO LUGAR Y FECHA  
DE SU CELEBRACIÓN, EN 4 FOJAS

Ab. Camilo Salinas Zamora  
NOTARIO DÉCIMO NOVENO (19)  
CANTÓN QUITO







Factura: 002-100-000025230



20181701019P00344

NOTARIO(A) CAMILO ORLANDO SALINAS ZAMORA

NOTARÍA DÉCIMA NOVENA DEL CANTON QUITO

EXTRACTO

Escritura N°:	20181701019P00344						
<b>ACTO O CONTRATO:</b>							
DECLARACIÓN JURAMENTADA PERSONA NATURAL							
FECHA DE OTORGAMIENTO:	7 DE FEBRERO DEL 2018, (14:12)						
<b>OTORGANTES</b>							
<b>OTORGADO POR</b>							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo Intervinente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que le representa
Natural	QUIMBITA GUAÑA ERIKA DANIELA	POR SUS PROPIOS DERECHOS	CÉDULA	1721349601	ECUATORIANA	COMPARECIENTE	
<b>A FAVOR DE</b>							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que representa
<b>UBICACIÓN</b>							
Provincia		Cantón		Parroquia			
PICHINCHA		QUITO		MARISCAL SUCRE			
DESCRIPCIÓN DOCUMENTO:							
OBJETO/OBSERVACIONES:							
CUANTÍA DEL ACTO O CONTRATO:	INDETERMINADA						

NOTARIO(A) CAMILO ORLANDO SALINAS ZAMORA  
NOTARÍA DÉCIMA NOVENA DEL CANTÓN QUITO



## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

DR/A JESSICA PATRICIA MEDINA VILLACRÉS, MSG en calidad de Asesor/a del Trabajo de Investigación designado por disposición de la Cancillería de la UMET, certifico que el/la ERIKA DANIELA QUIMBITA GUAÑA, ha culminado el trabajo de investigación con el tema: **“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE PINTAG, DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**, quien ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos por los que se aprueba la misma.

Es todo en cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente.



MSG. JESSICA PATRICIA MEDINA VILLACRÉS



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo ERIKA DANIELA QUIMBITA GUAÑA, estudiante de la Universidad Metropolitana de Ecuador "UMET", declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **"DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA DE PINTAG, DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"** así como las expresiones vertidas en la misma son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográficas, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente.



ERIKA DANIELA QUIMBITA GUAÑA  
1721349601

## CESIÓN DE DERECHOS

El trabajo de investigación con el tema **“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA PINTAG, DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**

De la autora ERIKA DANIELA QUIMBITA GUAÑA, quien manifiesta en forma libre y voluntaria lo siguiente:

Cedo los derechos de la tesis a la Universidad Metropolitana, y que el contenido sirva de fuente de información y conocimiento para el bienestar universitario.

Atentamente.



ERIKA DANIELA QUIMBITA GUAÑA  
1721349601



## DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado salud para lograr mis metas y por haberme permitido llegar hasta este momento y por su infinito amor.

A mi madre Magdalena, por todo el apoyo brindado en todo momento, por darme la fuerza, perseverancia, su constante motivación que me ayudó a continuar y por su gran amor.

A mi padre Neptalí, por el apoyo brindado en el trascurso y desarrollo de la presente investigación, por sus buenos consejos y amor.

A mis hermanas (o) Soledad, Alexandra, Maritza, Fausto por el apoyo, la fuerza brindada en esta etapa y por el estar siempre, los quiero mucho.

A ti, por brindarme la fuerza necesaria para no rendirme, continuando con la presente investigación y por tu amor.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Metropolitana del Ecuador, por permitirme ser partes de sus aulas para recibir todos los conocimientos y así desarrollarme como profesional.

A mi asesora de tesis Patricia Medina, por apoyarme y brindarme todos los conocimientos para desarrollar la presente investigación.

A mis profesores, por brindarme todos los conocimientos, enseñanzas para superarme cada día.

A mis amigos (as), por estar ahí presentes brindándome su amistad, apoyo y fuerza para continuar sin rendirme.

A mi Institución Policía Metropolitana de Quito, por permitirme continuar y culminar con la presente investigación.



## ÍNDICE

DECLARACIÓN JURAMENTADA .....	I
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO .....	III
CESIÓN DE DERECHOS .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO .....	VI
ÍNDICE .....	VII
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XII
RESUMEN .....	XIII
ABSTRACT .....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
SITUACIÓN PROBLÉMICA .....	2
Descripción del Problema .....	2
Formulación del Problema .....	3
Objeto de Estudio .....	3
JUSTIFICACIÓN .....	4
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
Objetivo General .....	5
Objetivos Específicos .....	5
CAPÍTULO I .....	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
1.1. Antecedentes .....	6
1.2. Marco conceptual .....	7
1.3. Producto turístico .....	7
1.4. Sistema turístico .....	8
1.5. Metodologías de diseño de productos .....	11

1.6. Conceptualizaciones fundamentales.....	14
CAPÍTULO II.....	17
MARCO METODOLÓGICO.....	17
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	17
2.2 relación objetivos, métodos y resultados esperados.....	21
3.1.....	22
CAPITULO III.....	22
PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	22
3.1. Objetivo de la propuesta.....	22
3.2. Metodología a utilizar.....	22
3.3. Desarrollo metodológico de la propuesta.....	22
3.3.1.1. Fase I: Proceso de Identificación de la Demanda. (Estudio de Mercado). .....	22
3.3.1.2. Problema del Mercado.....	22
3.3.1.3. Objetivos del estudio.....	23
3.3.1.4. General.....	23
3.3.1.5. Específicos.....	23
3.3.1.6. Metodología aplicada para el estudio de mercado.....	23
3.3.1.7. Muestra del estudio.....	24
3.3.1.8. Técnicas para la recolección de datos.....	25
3.3.1.9. Descripción del trabajo de campo.....	25
3.3.1.10. Resultados del proceso de recolección de datos.....	27
3.3.1.11. Presentación de los resultados cualitativos y cuantitativos de la demanda de mercado.....	44
3.3.1.12. FASE II: DISEÑO DEL PRODUCTO.....	44
3.3.1.13. Etapa I. Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos.....	44
3.3.1.14. Descripción general de la parroquia de Pintag.....	44
3.3.1.15. Población.....	44



3.3.1.16.	Actividades .....	45
3.3.1.17.	Limites .....	45
3.3.1.18.	Ubicación .....	46
3.3.1.19.	Clima y Temperatura.....	46
3.3.1.20.	Superficie y Altitud .....	46
3.3.1.21.	Coordenadas Geográficas de Pintag .....	47
3.3.1.22.	Fichas de Atractivos.....	48
3.3.1.23.	Planta Turística .....	55
3.3.1.24.	Etapa II. Identificación y selección del producto turístico.....	58
3.3.1.25.	Nombre del producto turístico .....	58
3.3.1.26.	Tipo de Negocio.....	58
3.3.1.27.	Lista de actividades seleccionadas para la ejecución del producto. 58	
3.3.1.28.	Etapa III. Producto Turístico.....	58
3.3.1.29.	Elaboración del paquete turístico. ....	60
3.3.1.30.	Etapa IV. Estudio de Viabilidad .....	61
3.3.1.31.	Viabilidad Técnica (Impacto Ambiental) .....	61
3.3.1.32.	Viabilidad administrativa legal .....	62
3.3.1.33.	Impacto Social .....	63
3.3.1.34.	Viabilidad Económica-Financiera (costos)-Comercial.....	64
3.3.1.35.	Estrategia de Comercialización .....	64
CONCLUSIONES .....		66
RECOMENDACIONES .....		67
BIBLIOGRAFÍA.....		68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Relación entre objetivos, métodos y resultados. ....	21
Tabla 2. Distribución de la población según el Género .....	27
Tabla 3. Nacionalidad .....	28
Tabla 4. Conoce la parroquia .....	29
Tabla 5. Medios de comunicación .....	30
Tabla 6. Motivos del turismo .....	31
Tabla 7. Calidad de servicio de alimentación .....	32
Tabla 8. Atractivos turísticos que conoce o le gustaría conocer .....	33
Tabla 9. Le gustaría visitar esos sitios turísticos .....	35
Tabla 10. Aproximadamente cuánto gastó por persona .....	36
Tabla 11. Edad de las personas.....	37
Tabla 12. Concentración del turismo.....	38
Tabla 13. Aspecto que debería mejorar .....	39
Tabla 14. Veces que ha visitado la Parroquia .....	40
Tabla 15. Principales insatisfacciones en la atención y servicio turístico.....	41
Tabla 16. Ideas de un producto turístico para la Parroquia de Pintag .....	43
Tabla 17. Información sobre los centros de alojamiento de la parroquia .....	56
Tabla 18. Información sobre los restaurantes de la parroquia de Pintag. ....	57
Tabla 19. Calculo del Costo .....	64



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género .....	27
Gráfico 2. Nacionalidad.....	28
Gráfico 3. Conoce la parroquia .....	29
Gráfico 4. Medios de comunicación .....	30
Gráfico 5. Motivos del turismo.....	31
Gráfico 6. Calidad de servicio de alimentación.....	32
Gráfico 7. Atractivos turísticos que conoce o le gustaría conocer .....	33
Gráfico 8. Le gustaría visitar esos sitios turísticos.....	35
Gráfico 9. Aproximadamente cuánto gastó por persona .....	36
Gráfico 10. Edad de las personas .....	37
Gráfico 11. Concentración del turismo .....	38
Gráfico 12. Aspecto que debería mejorar.....	39
Gráfico 13. Veces que ha visitado la Parroquia.....	40
Gráfico 14. Principales insatisfacciones en la atención y servicio turístico .....	41
Gráfico 15. Ideas de un producto turístico para la Parroquia de Pintag.....	43

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1: Esquema del sistema turístico .....	9
Figura 2. Distribución PEA según la rama de actividad.....	45
Figura 3. Mapa de ubicación de la parroquia Pintag. ....	46
Figura 4. Ubicación geográfica de la parroquia de Pintag .....	47

## RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito diseñar un producto turístico que contribuya al desarrollo económico y social de la parroquia Pintag, para cumplir con este se asumió el enfoque de investigación cuali-cuantitativo, de nivel exploratorio apoyado en una investigación de campo de carácter descriptivo, con corte transversal; se seleccionó como muestra 384 visitantes de la población de Pintag, a los cuales se les aplicó la técnica de encuesta a través de un instrumento de medición para determinar el comportamiento del mercado, asimismo se aplicó el análisis y síntesis de información documental para conocer las características turísticas de la parroquia. Una vez procesados los datos se interpretó que existen falencias en los servicios turísticos que ofrece la parroquia, lo que conlleva a la necesidad de generar un producto turístico, por lo que se desarrolló a través de la metodología de Gómez (2014), cumpliendo con las fases que el mismo plantea. Resultando un paquete turístico de tres noche y dos días, que abarca el hospedaje, transporte y alimentación, este se enmarca en la línea de ecoturismo porque se fundamenta en el aprovechamiento de los recursos naturales de la parroquia de Pintag; de igual forma se determina que la propuesta es viable técnica, económica-financieramente y comercialmente, lo que representa un impacto social positivo para esta comunidad.

**Palabras Claves:** Producto Turístico, ecoturismo, Paquete Turístico, Parroquia de Pintag.



## ABSTRACT

The purpose of this research is to design a tourism product that contributes to the economic and social development of the Pintag parish, to comply with this the qualitative-quantitative research approach was assumed, of exploratory level supported by a field investigation of a descriptive nature, with cross section; 384 visitors from the town of Pintag were selected as sample, to which the survey technique was applied through a measuring instrument to determine the behavior of the market, the analysis and synthesis of documentary information was also applied to know the tourist characteristics of the parish. Once processed the data was interpreted that there are flaws in the tourist services offered by the parish, which leads to the need to generate a tourism product, so it was developed through the methodology of Gómez (2014), complying with the phases that it poses. Resulting in a one night and two day tour package, which includes lodging, transportation and food; this is part of the ecotourism line because it is based on the use of the natural resources of the Pintag parish; likewise it is determined that the proposal is technically, economically-financially and commercially viable, which represents a positive social impact for this community.

**Key words:** Tourist Product, ecotourism, Tourist Package, Parish of Pintag.

## INTRODUCCIÓN

Ecuador como destino mega-diverso natural y cultural sigue apostando a posicionarse como el primer destino turístico sustentable a nivel mundial. En los últimos años en el país se ha tratado de consolidado una oferta turística diversa, en donde los turistas puedan disfrutar de una variada oferta, pero también existen localidades que cuentan con recursos patrimoniales culturales y naturales que con una oferta potencial se perfilan para formar parte de esos productos turísticos diversos y bien posicionados. Muestra de ello se evidencia en los planes de desarrollo turístico que incorporan una visión de largo plazo y busca fortalecer aquellos destinos que cuentan con atractivos turísticos que pueden ser posicionados como nuevos productos turísticos, favoreciendo no solo la demanda de turistas internacionales, sino también la demanda del turismo interno.

Con base a lo anterior para el desarrollo de la presente investigación se ha seleccionado una comunidad con diversidad de atractivos turísticos culturales y naturales, Pintag del Cantón de Quito, con miras a diseñar un producto turístico a través del cual se dinamice la economía de la localidad, favoreciendo a los prestadores de servicio turístico y a la comunidad en general.

La localidad mencionada es un destino que hasta ahora es escogido principalmente por los pobladores de Quito, para asistir los fines de semana y en temporadas de vacaciones, sobre todo en agosto. Los visitantes disfrutan del contacto con la naturaleza, ríos y cascadas, volcanes, flora, fauna y reconociendo el patrimonio cultural y la gastronomía local que se concentra en la localidad.

Se espera que a partir del diseño del producto turístico se contribuya desde el punto de vista técnico a generar movilidad interna, respondiendo a programas estructurados y planificados de calidad. A partir del diseño de este producto turístico se espera generar motivación en los prestadores y que desarrollen mayores competencias en cuanto a la prestación de un servicio de calidad, así como sensibilizar a la población en general en cuanto a la importancia de conservar el patrimonio turístico de esta región.

En base a lo antes expuesto se procedió a estructurar el presentar el trabajo de investigación compuesto por el capítulo I: en el cual se desarrollan las teorías que sustentan la temática y variables de estudio, igualmente la conceptualización de los

términos específicos necesarios para la comprensión del trabajo, entre ellos: productos turísticos, metodologías para su diseño, recursos naturales, entre otros; seguidamente se desarrolla el Capítulo II: que contiene la declaración metodológica que guía el accionar investigativo del trabajo. Luego se desarrolló el Capítulo III: que contiene el diseño de la propuesta, de lo que se deriva la presentación, el objetivo, el estudio de la demanda (mercado), el paquete turístico y el estudio de viabilidad. Por último se plantean las conclusiones y recomendaciones.

## **SITUACIÓN PROBLÉMICA**

### **Descripción del Problema**

Pintag es una parroquia rural pequeña, en su parque central posee una señalización de las rutas que se pueden tomar. Tiene como opciones el recorrido por el centro parroquial, donde el mayor atractivo es su iglesia: Tiene además, lugares como las chorreras del Molinuco, la Isla del Amor, la Laguna de Secas, el páramo de Pullurima y el de Sincholagua.

El flujo turístico de Pintag se concentra los fines de semana y épocas de vacaciones, debido a la limitada oferta de productos turísticos, lo que determina que el ingreso económico no sea constante para los prestadores de servicio turístico. Dentro de las causas que originan el problema descrito, se tiene la existencia de una débil coordinación entre prestadores de servicio turístico y el ente gubernamental para la generación de una alternativa turística, generando como consecuencia que la oferta turística se presente desarticulada; por otro lado, la ausencia de capacitación de los prestadores de servicio influye en que el turista no quede satisfecho por la calidad del servicio que se presta. Otra de las causas, tiene que ver con el desconocimiento de los habitantes de los centros que ofertan al turismo, debido a la falta de acciones de comunicación promocional. Lo anterior influye en la escogencia de otros destinos por parte de los turistas.

En este sentido, se puede afirmar que en Pintag no existe un sistema vinculado al desarrollo del turismo, sólo se realizan acciones independientes, por parte de algunos prestadores. Otro aspecto a considerar, es que con anterioridad no se han realizado estudios de mercado, que permitan asegurar la existencia de una demanda real o potencial.



Ante esta problemática, sería interesante la realización de un estudio, que dé respuestas a la interrogante de ¿Cómo diseñar un producto turístico que se ajuste a las particularidades y condiciones de la parroquia Pintag?

### Formulación del Problema

Limitada oferta de productos turísticos en Pintag

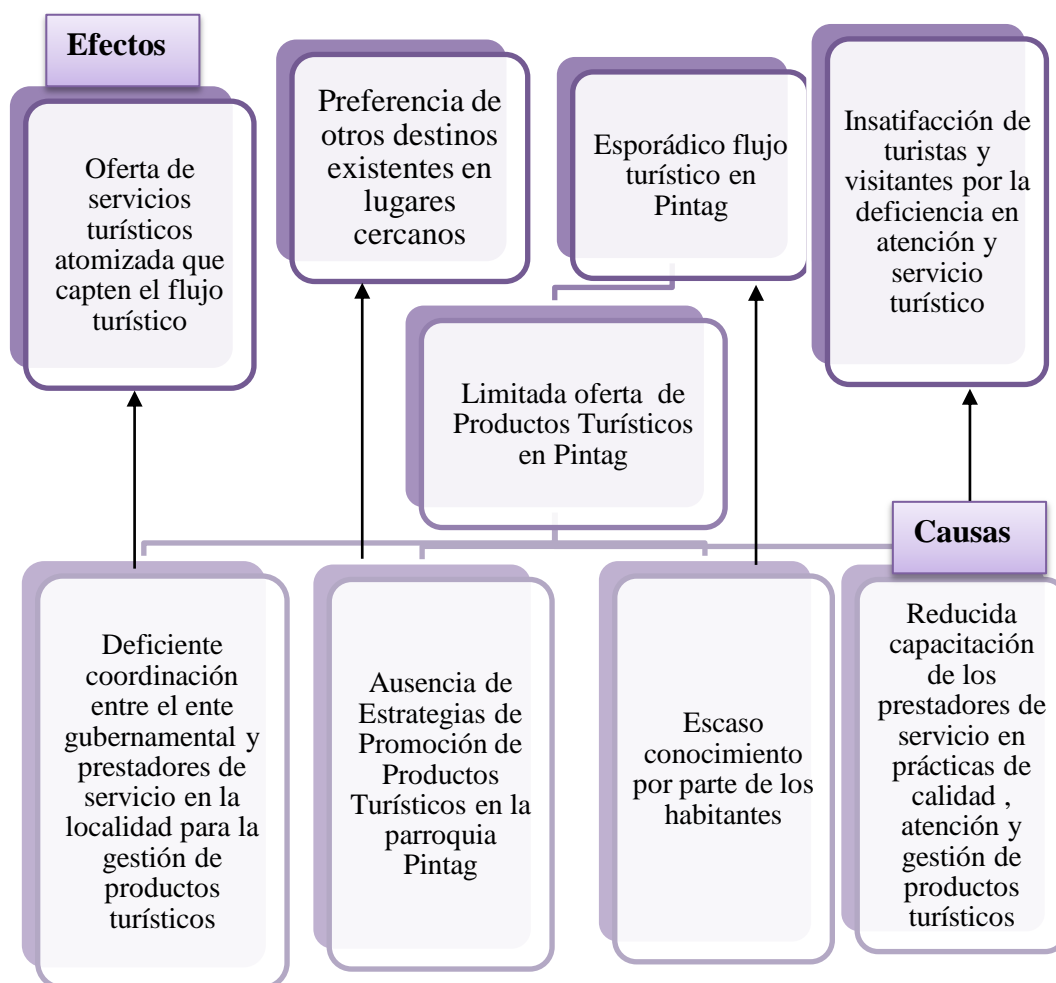


Figura 1. Árbol del Problema. Análisis relación causa-efecto.

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

### Objeto de Estudio

Diseño de un producto turístico en la parroquia Pintag.

## JUSTIFICACIÓN

La propuesta de diseño de un producto turístico involucra a un destino periférico de la ciudad de Quito. A partir de este tipo de propuesta se estará contribuyendo a la diversificación de la oferta turística de la localidad, beneficiando a esta comunidad y a sus pobladores locales, que podrán ser participe en la gestión del producto a diseñar.

El valor diferenciador que ofrecen las comunidades objeto de estudio, tiene que ver con la posibilidad de brindar al turista una experiencia única y auténtica, es decir integrar efectivamente los atractivos naturales y culturales compartiendo vivencias del quehacer diario de las comunidades involucradas, desde la propuesta se estará contribuyendo con el reconocimiento tanto por los prestadores de servicio, los pobladores de las comunidades y los visitantes que formarán parte del turismo interno.

La cercanía a Quito brinda la oportunidad de atender el turismo interno, captando el interés de los habitantes de la capital y al mismo tiempo ofrecer a través de la oferta turística y el diseño del producto, una alternativa de recreación y disfrute accesible para todo tipo de público.

Por otro lado, se favorece el reconocimiento y valoración del patrimonio cultural de Pintag por parte de los locales y potencialmente se captará un turismo receptivo, dado que al generarse la planificación conjunta entre los actores públicos y privados, sobre todo aquellos que atienden la demanda del turismo receptivo, podrán apoyar la diversificación de la oferta turística de la localidad.

Dentro de los atractivos turísticos que posee de Pintag es el contacto directo con la naturaleza, respirar aire puro. Cruzar el páramo representa una experiencia perdurable, que unido al clima, constituyen los principales ganchos para atraer visitantes. Por las características de la topografía del lugar se recomienda solicitar el asesoramiento de los nativos, de representantes de la Junta Parroquial y de guías.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

Diseñar un producto turístico que contribuya al desarrollo económico y social de la parroquia Pintag, de manera sostenible.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente los pasos para el diseño de un producto turístico.
- Seleccionar la metodología de investigación adecuada mediante la cual se diseñe un producto turístico.
- Diseñar un producto turístico en la Parroquia de Pintag.

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 1.1. Antecedentes

Peñarrieta (2012) con su estudio “Diseño de una ruta turística playa verde, entre los cantones San Vicente – Jama –la Pedernales, Provincia de Manabí Caracterización del territorio” cuyo finalidad fue diseñar la Ruta Turística en Playa Verde en los cantones mencionados, de manera que se puedan edificar una oferta turística competitiva en el territorio norte de la provincia de manabita. Su resultado fundamental consistió, en haber identificados cerca de 38 atractivos turísticos, que luego sirvieron de base para el diseño de la ruta Playa Verde, que tiene una extensión de 142,8 km.

Gordón & Goyes (2013) diseñaron un estudio “Inventario de atractivos Turísticos y Elaboración de una ruta turística temática interpretativa del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi para promover la oferta turística local”, cuyo objetivo fue el de inventariar los atractivos turísticos del cantón Bolívar para la construcción de una ruta Turística temática interpretativa. Su resultado principal consistió en considerar al cantón estudiado como una zona de gran potencial turístico, que tiene importantes yacimientos paleontológicos y zonas naturales cercanas a vías de acceso; terrenos que integran la Reserva Paleontológica del norte del país, que actualmente se halla en proceso para su declaración, como patrimonio cultural. A partir de esos resultados se ideó la ruta turística.

Quintana (2015) con su estudio “Plan de desarrollo turístico sostenible de la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha” informe que constituye un referente importante ya que marca los objetivos, estrategias y acciones que se viene realizando en esta localidad en la actividad turística de este territorio.



## **1.2. Marco conceptual**

Para la mejor comprensión de este estudio de hace necesario realizar algunas conceptualizaciones importantes como: paquetes turísticos, ecoturismo y estudio de mercado.

Paquetes turísticos: consiste en un producto que se vende de manera única. Posee dos o más servicios considerados turísticos como: alojamiento, manutención, transporte por el que se abona un precio integral, que no delimita el valor de cada uno de ellos por separado. En síntesis, es la combinación de varios servicios, por un precio (Turismo y Hostería, 2015).

Ecoturismo: Se considera a las actividades que relacionan la pasión por el viaje con la preocupación y conservación del medio ambiente. Estas le brindan al visitante un reencuentro con la naturaleza y las tradiciones locales, beneficia la recuperación económica y social de zonas rurales, con criterios de sostenibilidad ambiental que son esenciales para el establecimiento sea considerado con esta calificación. (Vanega, 2006).

Este término tiene mucho que ver con la actitud de los visitantes de interacción, integración y protección al medio ambiente, a las personas y a las tradiciones y costumbres del lugar frecuentado.

Estudio de mercado: consiste en planificar, organizar los datos obtenidos de la recolección de la información necesaria sobre clientes, la competencia, prácticas habituales de trabajo en la localidad, etc. Estos datos, son de mucha utilidad para evitar caer en errores propios de la inexperiencia. Su propósito fundamental es tener una idea clara de la cantidad de consumidores que podrán comprar el bien/servicio que se intenta comercializar, en un espacio concreto, durante un período de mediano plazo y a un precio que estén dispuestos a pagar. (Gómez, 2014)

## **1.3. Producto turístico**

Acerenza (1990) define el producto turístico como:

Un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se brindan con la finalidad de satisfacer deseos o expectativas de los visitantes, es un bien combinado que puede ser considerado en base a sus componentes básicos: atractivos, facilidades y acceso.

Además señala que dentro de las características de los servicios/productos turísticos se encuentran:

- El servicio turístico, como es no es tangible.
- La vivencia turística no puede ser transferida.
- El servicio no se puede probar, por lo tanto, se corre el riesgo de clientes no satisfechos.
- El producto que no se puede vender, se pierde.
- El servicio crea un derecho de uso, sin que exista transferencia de la propiedad.
- El visitante es el que asiste a la compra.
- Existe un contacto con el cliente por lo general de manera directa.
- El cliente es parte de la creación del servicio.

Existe una tendencia creciente en la actualidad hacia el desarrollo de una economía de experiencia, en la que los consumidores desean productos/servicios cada vez más exclusivos y únicos. Esta tendencia es especialmente notoria en el turismo, mercado en el que los viajeros, cada vez más, buscan experiencias exclusivas y únicas que le provoquen recuerdos memorables.

Por su parte Servicio Nacional de Turismo (Chile, Servicio Nacional de Turismo, 2016) afirma que:

Los países tienen necesidad de diversificar y especializar la oferta de los productos y los destinos turísticos, con la finalidad de captar mercados de elevado gasto, que impulse el desarrollo de productos turísticos y el desarrollo sostenible de los destinos.

En este sentido, es vital el desarrollo y posicionamiento de los productos turísticos con enfoque en la experiencia, capaces de dar respuestas a las necesidades de los turistas más exigentes, con deseos más específicos y que anhelan vivencias genuinas, únicas, significativas y duraderas. Hoy, ofrecer experiencias de calidad es un requisito indispensable para ser competitivo en la industria turística.

#### **1.4. Sistema turístico**

La actividad turista en la modernidad emplea, por lo general, el enfoque sistémico ya que asegura el análisis desde la perspectiva de su complejidad al superar las posiciones que reducen el turismo desde una visión única, económica o social. Cuando se consideran todos los elementos que conforman esta actividad, de

manera interconectada, reconoce aspectos relevantes de la oferta y demanda turística, que resalta, la relación de los subsistemas con el medio en el que se desarrolla.

También se señala: “La interacción en el territorio puede abordarse desde diversos ángulos, morfológico, social, económico, urbanístico, aunque su gestión solo es eficaz cuando se aborda desde una perspectiva integradora, considerando el territorio como un patrimonio cultural, como una realidad social dinámica” (Monteserín & Troitaño, 2011, pág. 182)

A continuación, se ilustra en la figura 1 el esquema de sistema turístico.



Figura 1: Esquema del sistema turístico

Fuente: Varisco (2013)

El lugar o territorio es la base de la edificación social de donde emergen múltiples relaciones entre los diferentes actores que intervienen en la creación de la oferta turística.

Demanda por su parte, es la cuantificación y cualificación de la demanda. Se trata primero, de medir la cantidad de la corriente turística, se puede expresar en volumen de visitantes que llegan a un determinado destino, días de hospedaje realizados en un tiempo o gasto total ejecutado. En el segundo caso, se trata de determinar el perfil del visitante a través de encuestas que brindan información sobre un conjunto diverso de variables: lugar de procedencia, medio de transporte

utilizado, edad, grupo, nivel socioeconómico, formas de alojamiento, uso de servicios de gastronomía y esparcimiento, preferencia respecto de actividades, motivación, estadía y gasto promedio, recurrencia, medios de información, nivel de satisfacción, etc.

La oferta constituyen los recursos o atractivos turísticos que se han considerados como las materias primas de esta industria, como son los aspectos de la cultura o la naturaleza como principales atributos que motivan a los visitantes y generan la circulación turística.

Moreira-Wachtel y Tréllez (2013) consideran que:

La metodología básica para su identificación y descripción es el levamiento de los mismos, que el registro detallado, y la valoración de la importancia relativa que posee dentro de ese espacio territorial. Para proporcionar el conocimiento y apreciación de los visitantes en referencia a los recursos se emplean las técnicas de la interpretación.

La infraestructura comprende el conjunto de obras básicas para asegurar el acceso, las comunicaciones, el abastecimiento de agua, la recolección y tratamiento de desechos, los puertos, los aeropuertos, entre otros. Es decir, que todos ellos son la base para la estructura solicitada por los turistas en favor del desarrollo de la actividad turística (Varisco, 2013).

La comunidad receptora, es aquella que se vincula directamente con la actividad turística, es decir que convergen en el mismo lugar físico. La superestructura, es el soporte que conforman las instituciones públicas y privadas, locales e internacionales, que poseen como misión el fomento y desarrollo del turismo en una localidad, parroquia, cantón provincia, país en concreto.

Finalmente, el entorno se refiere al contexto en el que se desarrolla el hombre y sus transformaciones, es el medio ambiente; para alcanzar una mayor comprensión de esta variable, es común que se divida en macro y micro entorno. El primero más distante y el segundo más cercano a empresa. Las dimensiones del macro entorno se relacionan con los aspectos económicos, culturales, ambientales, políticos y sociales y las del micro entorno con los clientes, proveedores, grupos de interés y competidores.

## **1.5. Metodologías de diseño de productos**

Gómez (2014) señala como conceptualización metodológica, la articulación técnica de los enfoques de marketing y de sostenibilidad; la cadena de valor y las perspectivas del destino turístico, visto como una oferta integrada. Seguidamente, se presentan sus elementos.

La realización del análisis mediante el enfoque de la cadena de valor del destino turístico, parte de incluir como soporte las actividades en el proceso de transformación y la creación de los productos/servicios; las actividades denominadas de valor, son las que generan ventajas competitivas y constituyen factores para la diferenciación, al crear productos valiosos para el cliente y beneficios para los procesos que la conforman.

Esta conceptualización se ajusta al contexto de las actividades turísticas, la misma sigue la lógica propuesta por su creador, define con claridad las actividades primarias y las de apoyo en la perspectiva de producto para cumplimentar las exigencias del cliente de acuerdo a sus necesidades y deseos; de esta manera se delimitan las actividades que son integradas en subprocesos, se enlazan según el papel que le incumbe en observancia del producto que compone la oferta turística; permite identificar los puntos débiles que crean costos innecesarios y sobre los que hay que accionar y además, fortalezas que se pueden desarrollar para establecer los factores de diferenciación y por ende, en una ventaja competitiva.

(Gómez, 2014) propone un procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos, el mismo consta de dos fases; la primera contempla la demanda, que a su vez incluye el perfil del mercado y el estimado de la demanda cuantificada y la segunda fase, llamada diseño del producto, integrada por cuatro etapas: recursos y atractivos turísticos; generación de ideas, definición de actividades y concepto de producto turístico; productos turísticos y oferta turística y la última etapa, denominada evaluación de estudios de viabilidad, que contiene la capacidad de carga, la viabilidad administrativa-legal, la económico, financiera, comercial y social. La autora destaca la necesidad de que este procedimiento se haga con la participación de un grupo de personas que esté integrado por especialistas de diversas ramas con la finalidad de que aporten



diferentes ópticas al mismo. Aspecto que constituye una premisa obligada para la aplicación adecuada del procedimiento planteado.

Sernatur (2016) afirma que:

El desarrollo de los Productos Turísticos se debe pensar a partir de una estrategia, un plan, donde participen los diversos actores que se relacionan al producto en particular, de manera que responda a los objetivos de la iniciativa en cuestión y que aborde los dispositivos de la apertura comercial y la de relación con el visitante o turista meta. El manual de diseño propuesto, es basado en las experiencias turísticas de Chile.

En la generación de ideas para conseguir una idea original, es esencial pensar en el potencial del nuevo producto, para lo que se debe: denominar los distintos atributos y servicios que brinda el producto, examinar el valor agregado que da al turista, comparar el nuevo producto con los que ofrece su competencia, en relación a su contexto y al tema, identificar las posibles alianzas, personal y/o productos suplementarios y analizar lo que se quiere lograr: al turista potencial y a sus necesidades (Obradors, 2007).

En el diseño del producto se puede auxiliar de la elaboración de un mapa mental. Coloque su idea central en el centro de la hoja y con pocas palabras. Luego alrededor de ella coloque otras ideas o aspectos claves, posteriormente acomode todas esas ideas, establezca la relación entre ellas a través de líneas, flechas u otro recurso. Resalte las ideas más significativas (Roig & Araya, 2013).

El diseño del modelo de negocio, exige que se conozca, tanto al turista actual, como al potencial del nuevo producto turístico. Aspecto, que demanda establecer la relación entre imagen-producto, identificación-segmento. A partir, del conocimiento del tipo de destino, se procederá a indagar en los motivos del viaje, y luego pasar a la identificación, con mucha más claridad, el perfil del turista, aquellos elementos que lo caracterizan al instante de efectuar sus compras o disfrutar servicios o de actividades de turismo.

En la actualidad se utiliza, con bastante frecuencia, el desarrollo de perfiles de turistas cuando se piensa en un mismo tour operador, puede comercializar viajes de excursión al para una misma tipología de turistas, con intereses similares, por ejemplo, los que prefieren naturaleza y aventura (Ortiz & Muñoz, 2007).

Además, es necesario considerar, que ante un segmento de turista que no forme parte del mercado meta, o exista en cantidades minoritaria, igualmente podrá ser elegido como segmento de mercado dirigido al nuevo producto turístico. Claro que requerirá una estrategia con nuevos aliados y mayores esfuerzos.

Por otro lado, se requiere que una vez que se ha cumplido con los pasos de diseño, se implemente en el lugar seleccionado para introducir el nuevo producto turístico. Puesta en práctica que va a necesitar de la coordinación y el esfuerzo de todos los involucrados.

Asimismo, plantear que tanto el diseño, como puesta en práctica del nuevo producto, recaba de ajustes, una cosa son las ideas, por muy bien pensadas y seleccionadas, y otra muy distinta, es su aplicación. Finalmente, será necesario de un proceso sistemático y permanente de retroalimentación.

Saravia y Muro (2016) afirman que para el diseño, implementación y aplicación de las políticas de turismo, se hace necesario determinar una tarea estratégica de equipo, la que se debe complementar con la participación de todos los actores involucrados, tanto personas como organismos e instituciones. Participación que debe crear aportes para llegar a acuerdos sociales en la elaboración de acciones que aseguren llegar a los objetivos comunes, que representan los intereses en su conjunto. Sobre esta conceptualización surge la participación pública como un pilar de la planificación, para lo cual se utilizan técnicas que, bien dirigidas, alcanzarán el objetivo deseado de asegurar la toma de decisiones de los decisores. Con esta intervención se incorporan las preocupaciones, inquietudes y valores de la colectividad, en aras de soluciones para una específica problemática esbozada.

Desde esa perspectiva, Wallingre & Villar (2014) señalan que la

Gestión de destinos turísticos requiere de la participación de numerosos actores con cada uno de los cuales buscará atender los requerimientos y las expectativas concretas, muchas veces sectoriales, orientadas a responder a la demanda y a las necesidades de los visitantes y que deben sostenerse en condiciones que aseguren la sustentabilidad del destino (p.91).

Por su parte, cuando se logra implicar a los participantes, se compromete a su implementación, porque los principales aspectos fueron observados y examinados.

Considera además tres etapas indispensables: la integración de los grupos, la determinación del programa a seguir (análisis, diagnóstico y propuestas) y la aplicación de las herramientas o los instrumentos, mediante el desarrollo de talleres con la participación de las instituciones académicas y los organismos implicados. Con la finalidad de recabar la información necesaria para buscar la realidad de la comunidad o comunidades receptoras del nuevo proyecto. (Fundación Cambio Democrático, 2000)

Es un enfoque de investigación-acción participativa, que está orientado al análisis crítico y comunitario del contexto, su finalidad es promover un desarrollo basado en la propia comunidad receptora con el aumento de sus capacidades, así como, del impulso del proceso de empoderamiento con la participación de todos los implicados, en vistas de su transformación, y asegurar así, la caracterización y concienciación de los bienes que tiene la localidad.

Las metodologías expuestas por los autores, tienen varios puntos en común, cada una de sus ópticas, considera necesaria la participación de los involucrados en el nuevo proyecto turístico, parten de realizar un diagnóstico de la situación real comunitaria, para identificar aspectos positivos y negativos, información que sirve para el diseño de la nueva propuesta. Todos coinciden en la necesidad de llevar a la práctica las ideas esbozadas, para provocar la transformación del territorio receptor.

## **1.6. Conceptualizaciones fundamentales**

**Destino Turístico:** espacio físico en el que un turista pasa por lo menos una noche. Contiene productos turísticos como: servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un área que permite ir y venir el mismo día. Posee límites físicos y administrativos que delimitan su gestión, imágenes y percepciones que establecen su competitividad en el mercado. Por lo general, los destinos locales reúnen a varios grupos, se destaca la colectividad local, y pueden instituir lazos y redes entre sí para edificar destinos más grandes (Organización Mundial del Turismo, 2017).

**Demanda Turística:** “número de turistas que viajan o desean viajar para hacer uso de las instalaciones turísticas y de servicios lejos de sus sitios de labor o domicilio” (Chile, Servicio Nacional de Turismo, 2016).

**Estrategia:** “conjunto de acciones que definen el propósito de cumplir los objetivos trazados. Es una guía para el responsable, puede ser diseñada de diversas maneras, con la finalidad de alcanzar dicho propósito”. (Hax, 2014).

**GAD:** “organismo público que pertenece a una demarcación territorial, se encarga de ejecutar diversas actividades dirigidas al desarrollo de sus habitantes y provee de las garantías necesarias para el buen vivir” (Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

**GAD parroquial rural:** “organismo que integra un presidente y vocales votados a través de elecciones, posee autonomía política, administrativa y financiera y se halla ubicado en la cabecera parroquial” (Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo).

**Motivo de viaje turístico:** “es la razón que hace que la persona se traslade a otro lugar, en busca de su satisfacción personal, profesional, familiar” (Navas, Sabino, Ricaurte, & Marquez, 2011).

**Parroquia:** “término empleado en la comunidad cristiana, además utilizado en la división política administrativa como lugares de menor rango. Ella puede ser urbanas (formando parte de la ciudad) o rurales (distantes de la ciudad). Pueden estar conformada por diversos barrios” (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016).

**Planificación turística:** “vinculado al empleo de diferentes procesos ejecutados de modo sistemático con la finalidad de lograr el desarrollo económico y comunitario, teniendo presente el cuidado del medio ambiente al ofrecer productos, actividades o servicios turísticos” (Osorio, 2012).

**Producto Turístico:** “conjunto integrado de componentes tangibles e intangibles, en base a una actividad de destino, apreciado por los visitantes como una experiencia diferente y disponible, por un precio determinado” (De Borja Solé, Casanovas Pla, & Bosch Camprubí, 2002).

**Recursos Turísticos:** modelo conceptual del proceso integrado por diversos elementos estructurados según sus funciones, su orientación espacial, que se relacionan lógicamente entre sí, a través de principios o reglas del mercado,

conservando a su vez vínculos de intercambio con diversos sistemas de distintos rangos (Santana, 1997).

**Ruta temática:** Recorridos que enlazan puntos unidos por alguna temática concreta, sea histórica, social, económica, artística, otras, que poseen alguna tipología de señalización, propia o prestada, y que, esencialmente, están ideado para ser ejecutados a pie. Pueden concordar o no con distintos itinerarios señalizados, en este tema se hace consignar en el diseño para considerarlo al momento de efectuar el itinerario (Rodríguez, 2012).

**Ruta Turística:** ruta o senda que se destaca por sus atractivos para el impulso y desarrollo del turismo. Estos caminos suelen resaltar las características naturales o permitir al acceso del patrimonio cultural o histórico de gran relevancia; es un medio que se enaltece, por estar rodeado de sitios que se piensan, por alguna razón, valiosos, preciosos. Por lo que se aspira que los visitantes recorran la ruta turística para conocer lugares de significación natural, cultural, religiosa, histórica, entre otras (Rodríguez, 2012).

**Valores Turísticos:** “constituyen aspectos materiales o inmateriales que el Estado o una región brindan a los visitantes de otros lugares, elementos atractivos que son subjetivamente capaces de convertirse en el motivo de un viaje turístico” (Imagina TUR, 2013).

**Viaje turístico:** “término designado a todo desplazamiento de una persona a un lugar lejos de su lugar de residencia tradicional, desde el momento de su ida a su retorno. Es decir, que los viajes efectuados por los visitantes se consideran viajes turísticos” (Navas, Sabino, Ricaurte, & Marquez, 2011).

**Oferta Turística:** “conjunto de bienes/servicios situados en el mercado. La oferta se cataloga en primordial y complementaria” (Chile, Servicio Nacional de Turismo, 2016).



## CAPÍTULO II

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Tipo y diseño de investigación

Revisar y mejorar los postulados metodológicos, la investigación es cualitativa y cuantitativa, estudio exploratorio apoyado en una investigación de campo de carácter descriptivo, con corte trasversal. Sustentar con autores y relacionar con el accionar investigativo

La metodología aplicada en este estudio es de carácter cualitativa y cuantitativa. Su diseño se debe al empleo de técnicas como la encuesta, la observación y el análisis documental, para recabar información de la situación de la parroquia y valorar el nivel de aceptabilidad de un nuevo producto turístico. A consideración de (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014), los estudios mixtos abarcan desde la concepción de la idea del estudio y el desarrollo del marco teórico hasta la formulación de la idea a defender, la selección del diseño de la investigación, la elaboración de los instrumentos de recolección de datos y el resultado de la investigación.

#### **Estudio exploratorio**

Es un estudio exploratorio apoyado en una investigación de campo de carácter descriptivo, con corte trasversal.

#### **Investigación de Campo.**

Para el tratamiento de la presente investigación sobre el diseño de un producto turístico la autora manejó el tipo de investigación de campo, empleado fundamentalmente en el desarrollo de la elaboración del capítulo tres que incumbe a la propuesta del proyecto para dar respuesta al problema planteado.

En la fase de campo, se procedió a:

Realización del inventario de atractivos del lugar, mediante la visita in situ en la propia parroquia, durante los meses de octubre- diciembre 2017 y sobre la base de la opinión emitida por los visitantes en esa localidad.

Se aplicó además una encuesta a visitantes de la parroquia en los meses de meses de octubre- diciembre 2017 en el lugar de visita, con la finalidad de recabar información de interés para diseñar el producto turístico y medir su nivel de aceptabilidad de la nueva oferta turística, Luego con esa información obtenida se sistematizó partiendo de la transcripción de cada una de las interrogantes, llevándola a gráficos con la ayuda del Excel y se procedió a su análisis e interpretación, destacando los porcentajes obtenidos en cada una de ellas. Información que sirvió para saber diferentes percepciones, opiniones y criterios de los nativos y visitantes, teniendo en cuenta el perfil del visitante, sobre la vía de información sobre la existencia de la parroquia como destino turístico, la frecuencia de vista, costos, y demás información relevante para poder conformar el producto turístico en la localidad.

### **Estudio descriptivo**

Intenta especificar las propiedades, características y rasgos significativos de cualquier fenómeno que se estudia. A demás describe las tendencias de un grupo o población determinada (Herrera, 2012).

En este estudio, en particular permitió caracterizar a la parroquia Pintag, de acuerdo a su ubicación geográfica, infraestructura, servicios, población entre otros.

### **Estudio de corte trasversal**

Es un estudio con corte trasversal cuando son diseñados para la medición de la prevalencia de una exposición y/o resultado en una población concreta definida, en un espacio específico de tiempo. En este caso se diseñará un producto turístico para la parroquia Pintag,

## **Técnicas y métodos**

### **Técnicas de investigación**

Las técnicas de investigación que se manejarán en este estudio serán la observación, análisis documental y encuesta.

#### **Técnicas de observación**

La técnica de observación es una manera de recolectar datos e información, que radica en valerse de los sentidos para no perder de vista los hechos y realidades presentes, donde las personas realizan sus actividades normalmente (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Técnica, que constituye una de las representaciones más comunes de conseguir información y de revelar lo que ocurre en el mundo exterior de los seres humanos, permitirá el registro de información sobre la base de la percepción que se tiene de realidad del entorno y definir así las posibles incidencias sobre los daños ambientales que puede estar ocasionando las actividades realizadas en la parroquia Pintag.

#### **Análisis Documental**

Se efectuará mediante de la recopilación de información con la lectura de informes, estadísticas, actas, rendiciones de cuentas, etc. (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Significa, que, a través esta técnica, se logrará obtener contacto con hechos pasados y el presente, vinculados con la investigación. Se procedió a la recopilación de la información que pública el Ministerio de Turismo, datos del INEC y en las páginas de la parroquia Pintag. Aspecto que permitió contar con información sobre la situación que tiene esta zona estudiada y analizar los atractivos, capacidades y oportunidades, que poseen, así como elementos que afectan la actividad turística.

Además, la revisión bibliográfica, se utilizó para aclarar conceptos, apreciar estudios empíricos desarrollados en otros territorios. Así como encontrar algún procedimiento metodológico que ayudara a cumplimentar los objetivos formulados. Resultados que permitieron la identificación adecuada de los referentes anteriores, tomar las más

convenientes sobre la base de las experiencias emitidas y poder ofrecerlas para posteriores estudios sobre esta temática.

### **Encuesta**

La encuesta es un instrumento de investigación efectuada que parte de la interrogación, con la intención de conseguir información cuantitativa de gran variedad sobre las características objetivas y subjetivas de la población que se estudia (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

En este estudio la encuesta se usará con visitantes, para obtener información sobre el tema que se investiga, su disposición de cambio, niveles de compromiso e implicación, factores que condicionan el problema, las causas que lo generan, propuestas de mejoramiento, entre otros.

### **Métodos**

Esta investigación empleó un conjunto de métodos que condujeron y dirigieron el proceso en la búsqueda de las definiciones conceptuales, entre éstos métodos teóricos se aplicará el histórico – lógico en el establecimiento de la reseña sobre el objeto de estudio; por otro lado, se aplicó el analítico – sintético en el análisis la situación problemática y en la determinación de posibles propuestas de ideas para diseñar el producto turístico, por último se empleó el método de modelación que va a contribuir en el diseño de la propuesta que se planteará.

## 2.2 relación objetivos, métodos y resultados esperados

**Tabla 1 Relación entre objetivos, métodos y resultados.**

<b>Objetivos específicos</b>	<b>Métodos</b>	<b>Resultados</b>
1 Fundamentar los pasos para el diseño de un producto turístico.	Revisión Bibliográfica Histórico – lógico Análisis-síntesis	Analizar los antecedentes investigativos relacionados con el tema.  Conceptualización del objeto de estudio, referente al producto turístico, sistema turístico, metodologías de diseño de productos y el estudio de mercado.
2. Seleccionar la metodología de investigación adecuada mediante la cual se diseñe un producto turístico.	Revisión Bibliográfica Análisis – síntesis	Aplicar la metodología propuesta por Gómez (2014) para el Diseño el producto turístico en la parroquia de Pintag.
3. Diseñar un producto turístico en la Parroquia de Pintag	Observación científica y métodos empíricos (encuesta) Método estadístico y matemático.	Diseño del producto turístico en Pintag, atendiendo a la metodología seleccionada, que posee: Fase I: Demanda – Perfil de mercado – Estimado de demanda cuantificada Fase II: Diseño del producto – Recursos y atractivos turísticos. – Generación de ideas. – Producto turístico. – Evaluación de estudios de viabilidad.

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña



## CAPITULO III

### PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

#### 3.1. Objetivo de la propuesta

Diseñar un producto turístico que contribuya al desarrollo económico y social de la parroquia Pintag, Distrito Metropolitano de Quito.

#### 3.2. Metodología a utilizar

Para la ejecución de la presente propuesta se seleccionó la metodología de Gómez (2014) quien especifica que para el diseño de un producto turístico se deben seguir las siguientes fases:

##### 1. Fase I: Proceso de identificación de la demanda. (Estudio de Mercado)

##### 2. Fase II: Diseño del producto.

- **Etapa I.** Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos
- **Etapa II.** Paso No. 1: Generación y selección de ideas; Paso No. 2: Actividades a realizar; Paso No. 3: Definición y prueba del concepto de producto.
- **Etapa III.** Paso No. 1: Producto turístico, Paso No. 2: Integración de la oferta turística.
- **Etapa IV.** Estudios de viabilidad: Paso No. 1: Viabilidad técnica. Impacto en el medio natural, Paso No. 2: Viabilidad administrativo legal, Paso No. 3: Impacto social, Paso No. 4 Viabilidad económico-financiero-comercial.

#### 3.3. Desarrollo metodológico de la propuesta

##### 3.3.1.1. Fase I: Proceso de Identificación de la Demanda. (Estudio de Mercado).

##### 3.3.1.2. Problema del Mercado

La parroquia de Pintag es un lugar privilegiado del Ecuador por contar con una variedad de espacios naturales e infinidad de posibilidades para la práctica del turismo; en este sentido la concentración de personas que asisten a esta localidad

se encuentra los fines de semana y épocas de vacaciones, siendo esta afluencia de manera limitada, lo que se podría atribuir a la escasa oferta de productos turísticos, lo que representa una inconsistencia en los ingresos económicos para los trabajadores de esta área económica. Dentro de las causas que originan el problema descrito, se asume que es por la falta de organización por parte de los prestadores de servicios turísticos y los entes gubernamentales, lo que repercute en la oferta turística que se desarrolle de manera inconstante; por otro lado, el desconocimiento de los habitantes del Ecuador e internacionales sobre los centros turísticos y sus ofertas, debido a la falta de acciones de comunicación promocional. Lo anterior influye en la escogencia de otros destinos por parte de los turistas.

¿Qué producto turístico es el más idóneo para mejorar las actividades turísticas de la parroquia de Pintag?

### **3.3.1.3. Objetivos del estudio**

#### **3.3.1.4. General**

- ✓ Identificar las características de los turistas que asisten a la parroquia de Pintag

#### **3.3.1.5. Específicos**

- ✓ Determinar las preferencias turísticas de las personas que seleccionan como destino la parroquia de Pintag.
- ✓ Establecer el nivel de satisfacción que experimentan los turistas que asisten a la parroquia.
- ✓ Recolectar algunas sugerencias para la mejora del servicio turístico en la parroquia.

#### **3.3.1.6. Metodología aplicada para el estudio de mercado**

El accionar metodológico que enmarca el siguiente apartado se adscribe a la investigación cuantitativa, con el fin de conocer las características turísticas de la parroquia de Pintag; la misma se apoya en una investigación de campo de carácter descriptivo con corte transversal, a través de la aplicación de la técnica encuesta, con el fin de recolectar información sobre las opiniones de los turistas que asisten a la provincia. Como se muestra a continuación:

### 3.3.1.7. Muestra del estudio

En el análisis del estudio del mercado y la caracterización de los visitantes se tomó en cuenta los datos brindados por la Empresa Metropolitana de Turismo (2017), concernientes al año 2016, que es de 627.626 visitantes que llegaron a Quito.

La fórmula que se aplicó fue para una población finita de 627.626 visitantes que reemplazando los datos da una muestra de 384 encuestas que fueron aplicadas en la parroquia de Pintag.

#### Cálculo realizado

n = tamaño de la muestra

N= tamaño de población

p= proporción variable (0,5)

q= varianza (0,5)

e= error de la muestra (0,05%)

k= nivel de confianza 95% =1,96

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

$$n = \frac{(1.96)^2(627.626) * 0,5 * 0,5}{(0,05^2(627.625)) + (1.96^2) * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{(3,8416) (627.626) * 0,5 * 0,5}{(0,0025 (627.625)) + (3,8416) * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{602.772}{1570}$$

$$n = 384$$

### **3.3.1.8. Técnicas para la recolección de datos**

Fueron empleados esencialmente dos instrumentos construidos por la autora:

1. La observación in situ
2. Encuestas.

Es importante destacar, que con la aplicación de en cada uno de estos instrumentos se obtuvo la información necesaria para diagnosticar la situación existente en la parroquia objeto de estudio y para la elaboración de la propuesta del producto turístico para estos territorios.

Fueron realizados los siguientes pasos:

- Revisión bibliográfica del tema abordado por parte de la autora.
- Preparación de la autora para la adecuada interpretación de la normativa existente sobre el turismo comunitario, en particular.
- Elaboración de los instrumentos de investigación con la finalidad de recolectar información sobre las formas de participación ciudadana en el diseño de las ofertas y productos turísticos.
- Aplicación de encuestas y realización de la observación in situ, para coleccionar información de opinión ciudadana y apreciar las condiciones existentes tanto en la parroquia de Pintag.
- Tabulación de los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentales.
- Preparación de la propuesta del producto turístico.
- Socialización y validación de los resultados obtenidos y de la propuesta realizada.

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

Con el trabajo de campo realizado, se logró:

- La sistematización de los elementos teóricos obtenidos mediante la revisión bibliográfica y la aplicación de las encuestas a pobladores de la parroquia de Pintag.
- La observación en los lugares turísticos de las condiciones adecuadas para la atención, seguridad y confort de los turistas.

- La tabulación de las observaciones realizadas para conformar una opinión sobre las potencialidades y limitaciones para el desarrollo del turismo en ambas localidades.
- Conversación con los habitantes de las parroquias para tener una idea, de su nivel de aceptación o rechazo sobre una nueva oferta turística.
- Selección de la alternativa más adecuada, para lograr la propuesta de un nuevo producto turístico que aproveche las potencialidades de cada una de la parroquia de Pintag, en su conjunto.

Es decir, que en la fase de campo, derivó en:

- Análisis del inventario de los atractivos del lugar, a través de la visita in situ a las propias parroquias, durante los meses de 1 de junio a 10 julio de 2017, sobre la base de la opinión emitida por los habitantes.
- La aplicación de las encuestas dirigidas a los pobladores relacionadas con el turismo en la parroquia de Pintag, dentro de los que se consideró a los prestadores de servicios turísticos privados y comunitarios, a los prestadores de servicio de alimentación y a los prestadores de servicios de hospedajes.
- Las interrogantes formuladas fueron cerradas y mixtas para que cada uno de los encuestados pudiera elegir sus alternativas de respuestas. En el anexo 1, aparece el respaldo del cuestionario aplicado y en el anexo 2, la guía de observación aplicada.
- Luego con la información obtenida se sistematizó, a partir de la transcripción de cada una de los ítems, llevándolos a gráficos con la ayuda del Excel y se procedió a su análisis e interpretación, resaltando los porcentajes obtenidos en cada una de ellas. Información que sirvió para saber percepciones, opiniones y criterios de los visitantes, teniendo en cuenta su perfil, sobre la existencia de las Parroquias como destinos turísticos, la frecuencia de vista, costos, y demás información relevante para poder conformar la propuesta turística en las localidades objeto de estudio.
- Posteriormente con la información obtenida de las fuentes e instrumentos se elaboró la Matriz FODA, que sintetiza las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas existentes en Pintag, en cuanto al desarrollo de la actividad turística.

- Finalmente, se elaboró la propuesta que contiene un producto turístico, que fue socializado con la administración de ambas localidades, quienes serán los decisores para su posterioridad implementación y control de los recursos.

Seguidamente, se resume a través de la tabla la relación entre objetivos, métodos y resultados.

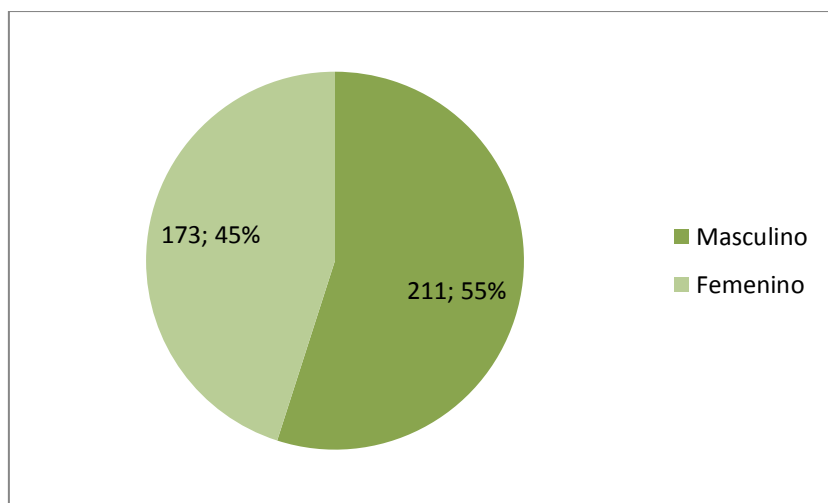
### 3.3.1.10. Resultados del proceso de recolección de datos

**Tabla 2.** Distribución de la población según el Género

Género	Frecuencia	%
Masculino	211	54,95
Femenino	173	45,05
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña



### Gráfico 1. Género

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de encuestados para el diseño de un producto turístico en la parroquia Pintag, 211 fueron del sexo masculino que representa el 55%, mientras que el otros 45% corresponde al sexo femenino con 173 encuetadas. Por tanto, se puede observar una mayor presencia de los hombres en las actividades turísticas.



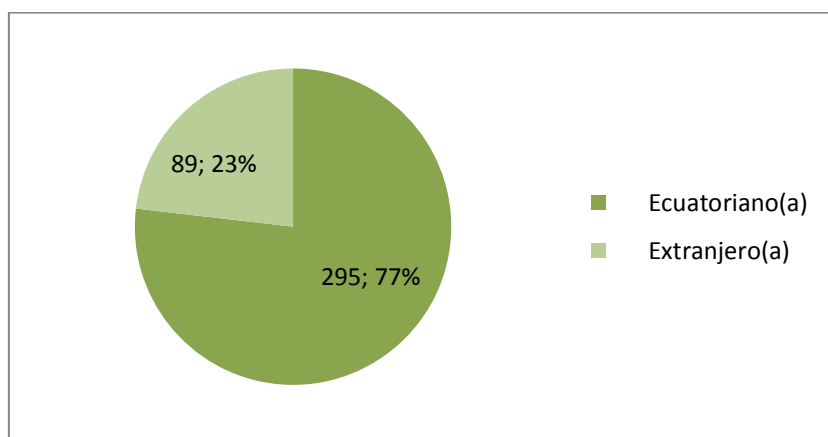
Con respecto a la pregunta 1- ¿Nacionalidad?

**Tabla 3.** Nacionalidad

Nacionalidad	Frecuencia	%
Ecuatoriano(a)	295	76,82
Extranjero(a)	89	23,18
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 2.** Nacionalidad

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de los encuestados referente a su nacionalidad, el 77% corresponde a ecuatorianos con un total de encuestados de 295, mientras que 89 encuestados pertenecen a otras nacionalidades lo cual representa el 23%, este dato demuestra que el país está siendo tomado en cuenta entre las preferencias de los extranjeros para desarrollar sus actividades turísticas.

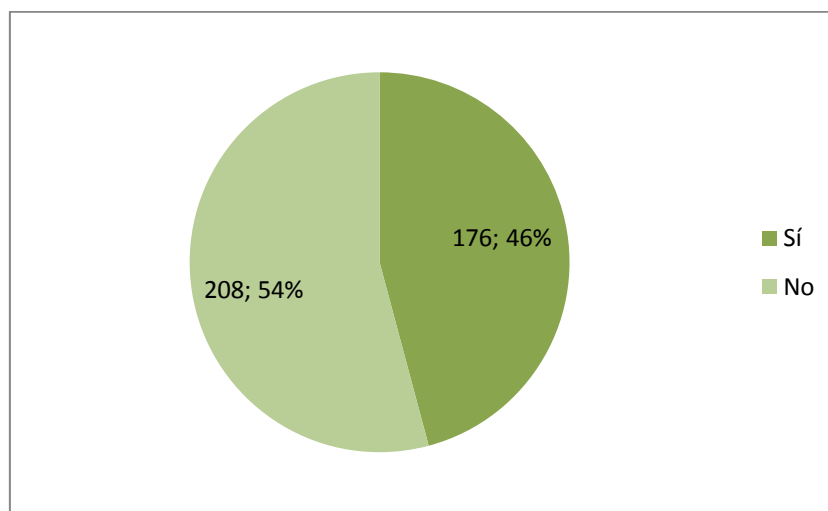
Seguidamente en el pregunta 2- ¿Conoce la parroquia de Pintag?

**Tabla 4.** Conoce la parroquia

Conoce la parroquia	Frecuencia	%
Sí	176	45,83
No	208	54,17
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 3.** Conoce la parroquia

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

En relación a la pregunta si conocen la parroquia de Pintag, del total de encuestados 176 plantearon que si para el 46%, mientras el 54% que abarca a 208 encuestados manifestaron no conocer la parroquia. Esta información afirma que se debe hacer una mayor divulgación de las potencialidades turística de este lugar.

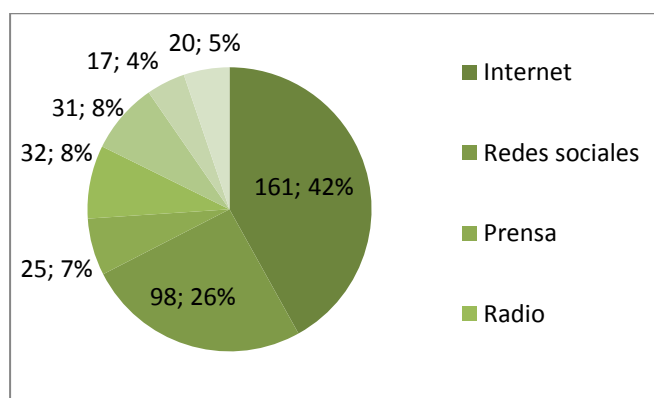
Por su parte, en la pregunta 3- ¿Por qué medios conoce las ofertas turísticas de la parroquia de Pintag?

**Tabla 5.** Medios de comunicación

Medios de comunicación	Frecuencia	%
Internet	161	41,93
Redes sociales	98	25,52
Prensa	25	6,51
Radio	32	8,33
TV.	31	8,07
Amigos y familiares	17	4,43
Visitas al lugar	20	5,21
Otros_____ ¿Cuáles? _____		
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 4.** Medios de comunicación

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de encuestados referente a la pregunta por qué medios conoce las ofertas turísticas de la parroquia de Pintag, 161 de ellos plantearon que por internet representando el 42%, otros 98 encuestados que representa el 26% se refirieron que, por las redes sociales, mientras que 25 encuestados con el 7% manifestaron por medio de la prensa, 8 del total de encuestados respondieron por medio de la radio representando el 8%, 31 encuestados manifestaron conocer de las ofertas turísticas por medio de la TV representando el 8% , mientras que los otros 37 encuestados restante 17 se refirieron amigos y familiares, y 20 visitaron el lugar para el 4% y 5% respectivamente. Con los datos anteriores podemos decir que se deben utilizar más la prensa escrita, radial y visual para la divulgación de las ofertas turísticas de Pintag

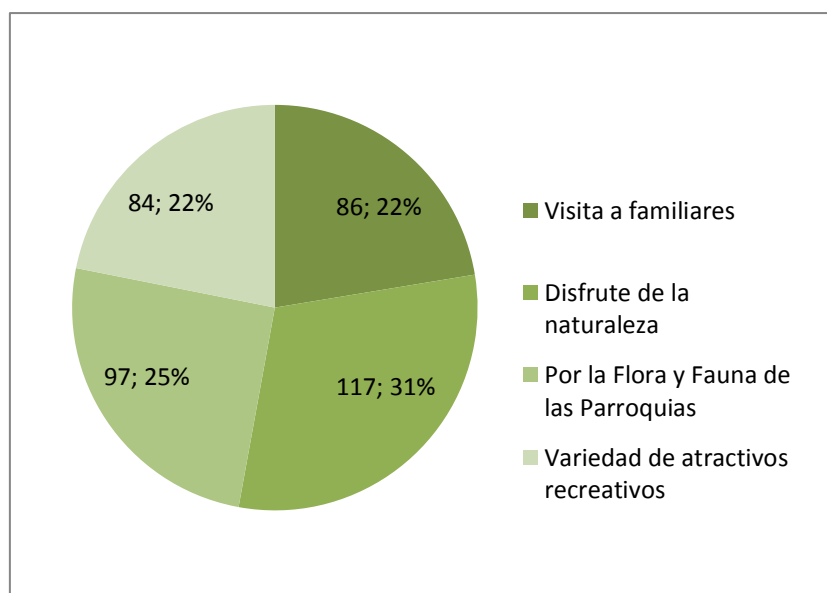
En lo que respecta a la pregunta 4- ¿Por qué realiza turismo en la parroquia de Pintag?

**Tabla 6.** Motivos del turismo

Motivos del turismo	Frecuencia	%
Visita a familiares	86	22,40
Disfrute de la naturaleza	117	30,47
Por la Flora y Fauna de la Parroquia	97	25,26
Variedad de atractivos recreativos	84	21,88
Otros _____ ¿Cuáles? _____		
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 5.** Motivos del turismo

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de los encuestados referente a la pregunta los motivo por lo que realiza turismo en la parroquia de Pintag, 86 de ellos plantearon por visitas a familiares para el 22%, 117 encuestados para el 31% manifestaron para el disfrute de la naturaleza, 97 de los encuestados afirmaron por la flora y fauna de la parroquia para el 25% y los último 84 encuestados se refirieron a la variedad de atractivos recreativos para el 22%. Por tanto, debemos afirmar que la mayoría de los clientes se inclinan por el turismo de naturaleza.

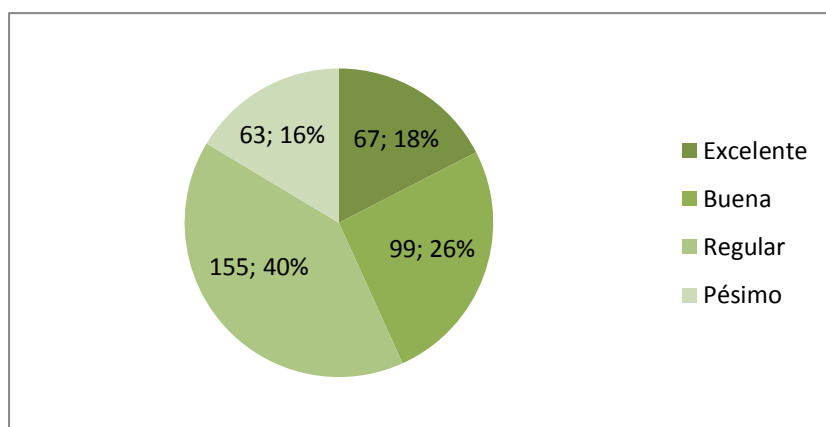
Asimismo en la preguntas 5- ¿Cuál fue la calidad de servicio de alimentación en su visita en la parroquia de Píntag?

**Tabla 7.** Calidad de servicio de alimentación

Calidad de servicio de alimentación	Frecuencia	%
Excelente	67	17,45
Buena	99	25,78
Regular	155	40,36
Pésimo	63	16,41
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 6.** Calidad de servicio de alimentación

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Para el total de los encuestados sobre la calidad de servicio de alimentación en su visita en la parroquia de Píntag, 67 de ellos para el 18% plantearon que excelente, el 26% que agrupa a 99 encuestados manifestaron que bueno, mientras que 155 para el 40% afirmaron que regular, y 63 de ellos expresaron que pésimo para el 16%. Con el resultado de esta pregunta se puede afirmar que la calidad del servicio alimenticio no es aceptada por la mayoría de los que visitaron la parroquia.

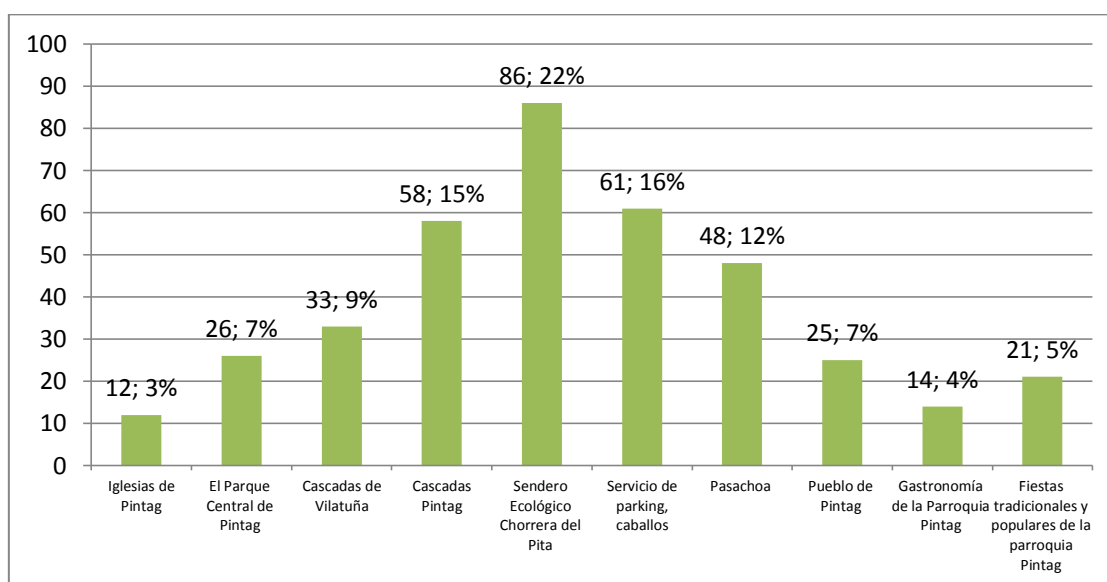
En la pregunta 6- ¿Seleccione los atractivos turísticos y recreacionales que conoce o le gustaría conocer?

**Tabla 8.** Atractivos turísticos que conoce o le gustaría conocer

Atractivos turísticos que conoce o le gustaría conocer	Frecuencia	%
Iglesias de Pintag	12	3,13
El Parque Central de Pintag	26	6,77
Cascadas de Vilatuña	33	8,59
Cascadas Pintag	58	15,10
Sendero Ecológico Chorrera del Pita	86	22,40
Servicio de parking, caballos	61	15,89
Pasachoa	48	12,50
Parroquia de Pintag	25	6,51
Gastronomía de la Parroquia Pintag	14	3,65
Fiestas tradicionales y populares de la parroquia Pintag	21	5,47
Otros ____ ¿Cuáles?		
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 7.** Atractivos turísticos que conoce o le gustaría conocer

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de los encuestados referente a los atractivos turísticos y recreacionales que conoce o le gustaría conocer, 12 plantearon que la Iglesia de Pintag para el 3.13%, otros 26 encuestados manifestaron que el parque central para el 6.77%, 33 encuestados expresaron las Cascadas de Vilatuña para el 8.59%, por la Cascada de Pintag se inclinaron 58 encuestados para el 15.1%, 86 de los encuestados señalaron el Sendero Ecológico Chorrera del Pita para el 22.4%, otros 61 encuestados les gusta el servicio de Parking Caballo para el 15.89%, por la Pasachoa 48 encuestados se expresaron para el 12.5% , un 6.51% prefieren el Parroquia de Pintag con 25 encuestados, por la gastronomía de la parroquia se identificaron 14 encuestados para 3.65% y los últimos 21 encuestados que representan el 5.47% prefieren las fiestas tradicionales. Por tanto, la mayor parte de los encuestados conocen o quieren conocer los atractivos turísticos relacionados con la naturaleza.

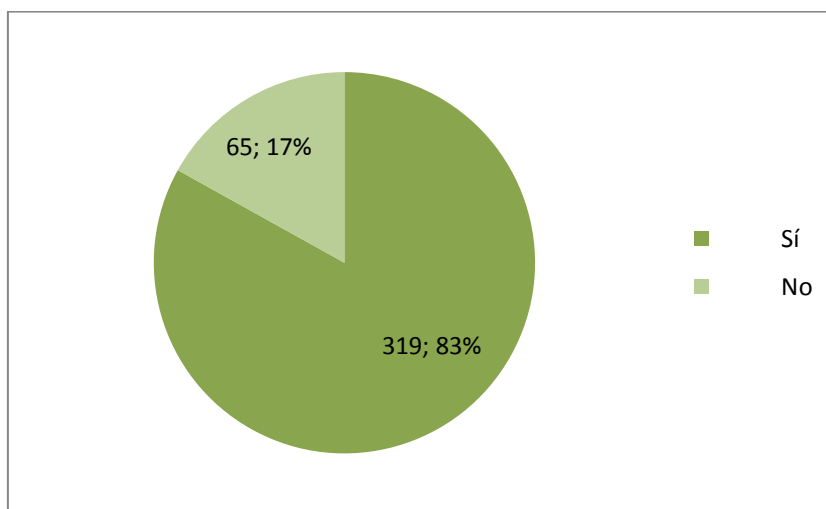
En lo que concierne a la pregunta 7-¿Le gustaría visitar las áreas recreacionales y sitios turísticos mencionados anteriormente?

**Tabla 9.** Le gustaría visitar esos sitios turísticos

Le gustaría visitar esos sitios turísticos	Frecuencia	%
Sí	319	83,07
No	65	16,93
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 8.** Le gustaría visitar esos sitios turísticos

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

En relación si le gustaría visitar esos sitios turísticos, del total de encuestados 319 respondieron afirmativamente para el 83.07%, mientras que solamente 65 respondieron que no. Evidenciando que estos sitios son de preferencia de la población.



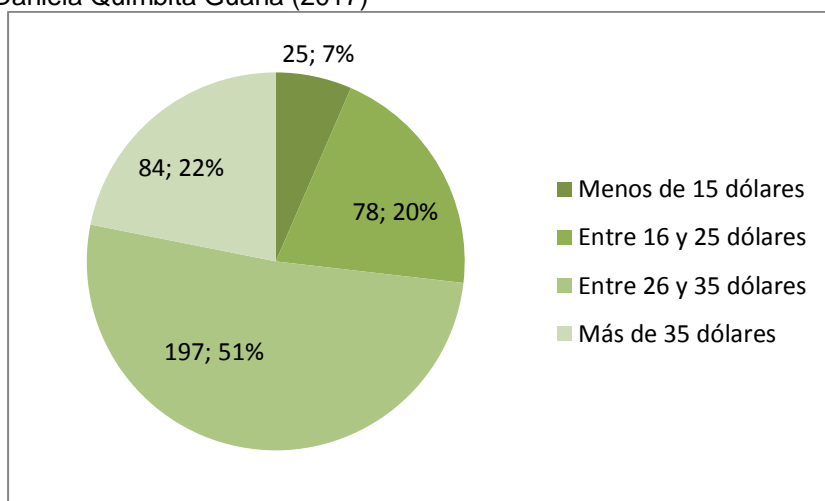
En lo que respecta a la pregunta 8-Durante la visita a la Parroquia de Pintag ¿Aproximadamente cuánto gastó por persona?

**Tabla 10.** Aproximadamente cuánto gastó por persona

Aproximadamente cuánto gastó por persona	Frecuencia	%
Menos de 15 dólares	25	6,51
Entre 16 y 25 dólares	78	20,31
Entre 26 y 35 dólares	197	51,30
Más de 35 dólares	84	21,88
Otros ____ ¿Cuáles?		
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 9.** Aproximadamente cuánto gastó por persona

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de los encuestados referente a cuanto gasto por persona en su última visita a Pintag, 25 de ellos se refirieron que gastaron menos de \$15.00usd para el 6.51%, 78 personas plantearon que habían gastados entre 16 a 25usd para el 20.31%. 197 encuestados expresaron que gastaron entre 26 a 35usd representando el 51.3% y 84 restantes gastaron más de 35usd para el 21.88. Por tanto, se puede afirmar que el gasto por persona osciló entre 26 a 35 usd por personas.

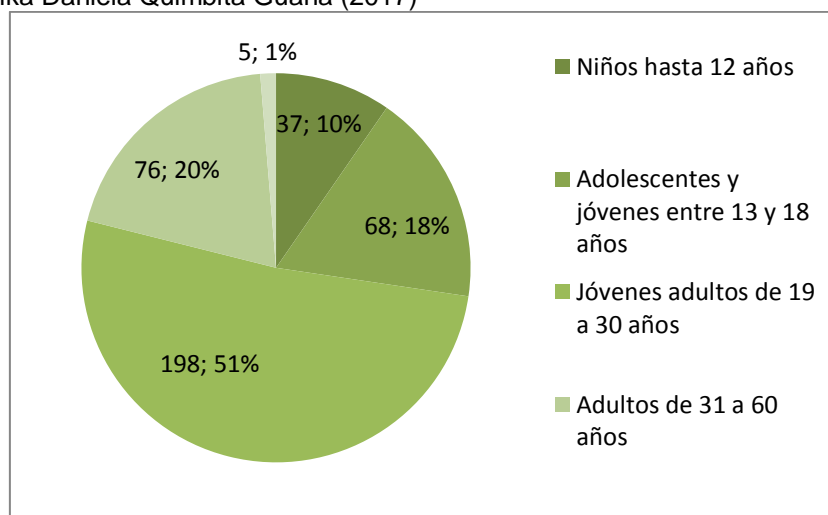
Asimismo en la pregunta 9-De los grupos de visitantes que le acompañan ¿qué edad tienen?

**Tabla 11.** Edad de las personas

Edad de las personas	Frecuencia	%
Niños hasta 12 años	37	9,64
Adolescentes y jóvenes entre 13 y 18 años	68	17,71
Jóvenes adultos de 19 a 30 años	198	51,56
Adultos de 31 a 60 años	76	19,79
Adultos mayores de 60 años	5	1,30
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 10.** Edad de las personas

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de encuestado referente a la edad de los visitantes a la Parroquia de Pintag, 37 de ellos para el 9.64% les acompañó niños menores de 12 años, 68 encuestados se hicieron acompañar adolescentes y jóvenes entre 13 y 18 años, representando el 17.71%, 198 encuestados se refirieron las edades comprendidas entre 19 y 30 años para en 51.56%, 76 personas estuvieron acompañados de adultos entre 31 y 60 años que representa el 19.79% y 5 encuestados lo acompañaron personas mayores de 60 años para el 1.30%, Por tanto, el grupo etario de mayor concentración que visito la parroquia está comprendido entre las edades de 19 a 30años.

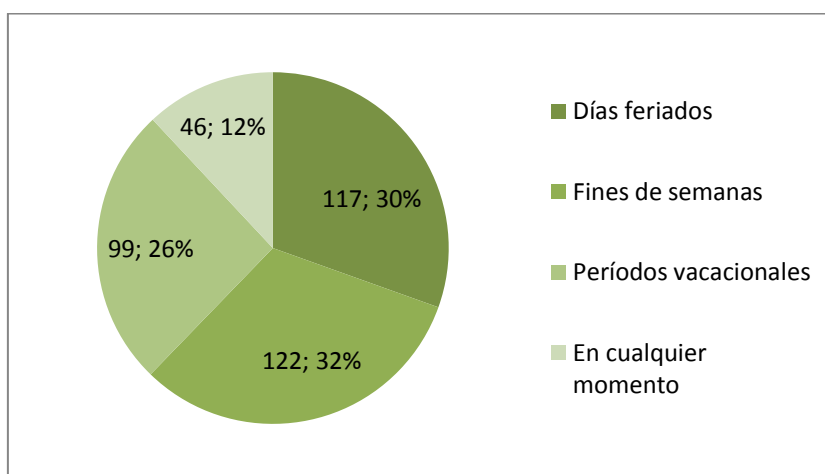
Se muestra en la pregunta 10-¿En qué momento se concentra el flujo turístico en Pintag?

**Tabla 12.** Concentración del turismo

Concentración del turismo	Frecuencia	%
Días feriados	117	30,47
Fines de semanas	122	31,77
Períodos vacacionales	99	25,78
En cualquier momento	46	11,98
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 11.** Concentración del turismo

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

En relación a la pregunta en qué momento se concentra el flujo turístico en Pintag, del total de encuestados, 117 de ellos se refirieron a los días feriados para el 30.47%, 122 encuestados manifestaron que los fines de semanas para el 31.77%, otro grupo de 99 encuestados para el 25.78 % se refirieron a los períodos vacacionales y los otros 46 encuestados para el 11.98% manifestaron en cualquier momento. Por tanto, los fines de semanas es el momento de mayor concentración de turistas en la parroquia.

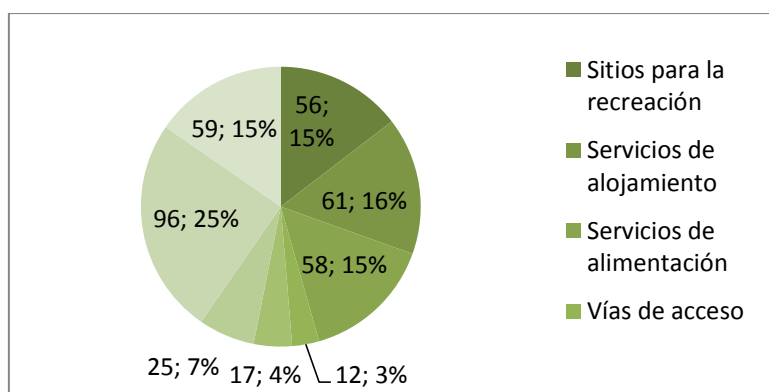
Por su parte en la pregunta 11-¿Qué debería mejorar como destino turístico en la Parroquia de Pintag?

**Tabla 13.** Aspecto que debería mejorar

Aspecto que debería mejorar	Frecuencia	%
Sitios para la recreación	56	14,58
Servicios de alojamiento	61	15,89
Servicios de alimentación	58	15,10
Vías de acceso	12	3,13
Seguridad	17	4,43
Información	25	6,51
Nuevas ofertas turísticas	96	25,00
Servicios de transportación	59	15,36
Otros ____ ¿Cuáles?		0,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 12.** Aspecto que debería mejorar

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

En relación a qué debería mejorar como destino turístico en la Parroquia de Pintag, del total de encuestados, 56 de ellos se refirieron a los sitios turísticos, para el 14.58%, 61 de los encuestados se manifestaron por el servicio de alojamiento para el 15.89%, otros 58 encuestados expresaron que el servicio de alimentación para el 15.1%, en cuanto a las vías de accesos se refirieron 12 encuestados para el 3.13%, mientras que por la seguridad se inclinaron 17 encuestados para el 4.43%, 25 encuestados manifestaron que la información para el 6.51% , por otras nuevas ofertas manifestaron 96 encuestados para el 25% y 59 encuestados por el servicio de transportaciones para 15.36%. Por tanto, el mayor por ciento de encuestados se manifestaron por la creación de nuevas ofertas turísticas.

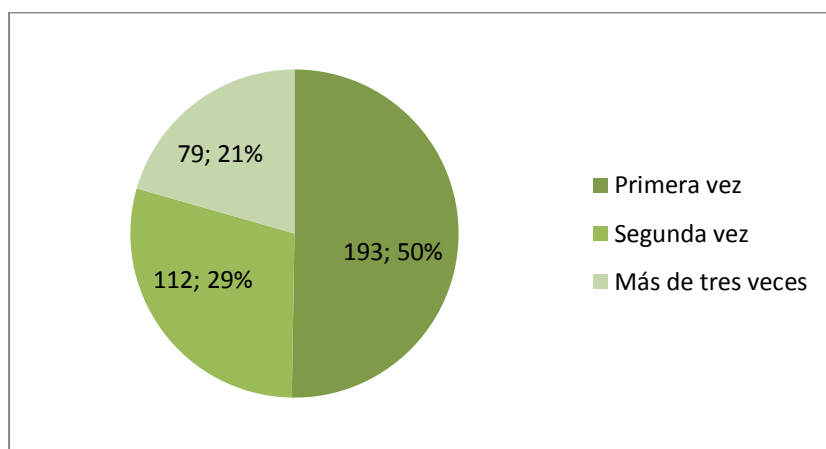
Con relación a la pregunta 12-¿Cuántas veces ha visitado la Parroquia de Pintag?

**Tabla 14.** Veces que ha visitado la Parroquia

Veces que ha visitado la Parroquia	Frecuencia	%
Primera vez	193	50,26
Segunda vez	112	29,17
Más de tres veces	79	20,57
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 13.** Veces que ha visitado la Parroquia

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

En relación de cuántas veces ha visitado la Parroquia de Pintag, del total de encuestados 193 expresaron que primera vez para el 50.26%, 112 encuestados manifestaron que por segunda vez para el 29.17% y los 79 restantes argumentaron que más de tres veces. Por tanto, la mayoría de los encuestados era la primera vez que visitaban la parroquia.

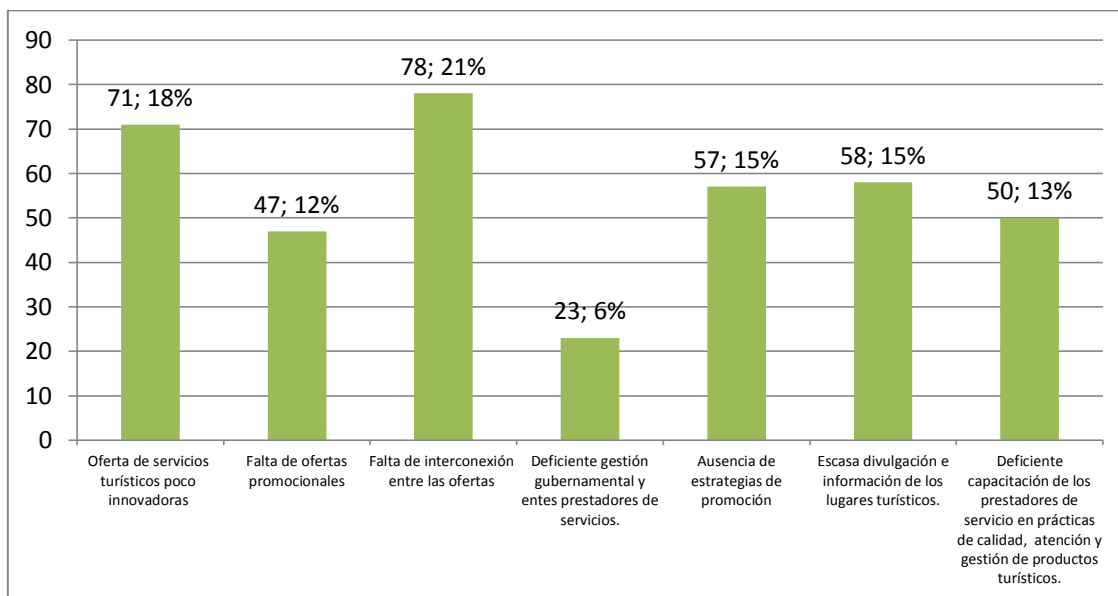
Con referente a la pregunta 13- Señale en orden de prioridad, las principales insatisfacciones en la atención y servicio turístico de la Parroquia Pintag.

**Tabla 15.** Principales insatisfacciones en la atención y servicio turístico

Principales insatisfacciones en la atención y servicio turístico	Frecuencia	%
Oferta de servicios turísticos	71	18,49
Falta de ofertas promocionales	47	12,24
Falta de interconexión entre las ofertas	78	20,31
Deficiente gestión gubernamental y entes prestadores de servicios.	23	5,99
Ausencia de estrategias de promoción	57	14,84
Escasa divulgación e información de los lugares turísticos.	58	15,10
Deficiente capacitación de los prestadores de servicio en prácticas de calidad, atención y gestión de productos turísticos.	50	13,02
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 14.** Principales insatisfacciones en la atención y servicio turístico

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de encuestados sobre las principales insatisfacciones en la atención y servicio turístico de la Parroquia Pintag, 71 de ellos manifestaron la oferta de servicios turísticos para el 18.49%, por la falta de ofertas promocionales contestaron 47 para el 12.24%, 78 encuestados se refirieron a la falta de interconexión entre las ofertas para el 20.31%, otro grupo de encuestados 23 para el 5.99% contestaron deficiente gestión gubernamental y entes prestadores de servicios, 57 encuestados para el 14.84% dijeron ausencia de estrategias de promoción, otros 58 manifestaron escasa divulgación e información de los lugares turísticos para el 15.10% y los últimos 50 encuestados manifestaron deficiente capacitación de los prestadores de servicio en prácticas de calidad, atención y gestión de productos turísticos para el 13.02%. Por tanto, la mayoría de los encuestados se refirieron a la falta de interconexión entre las ofertas.

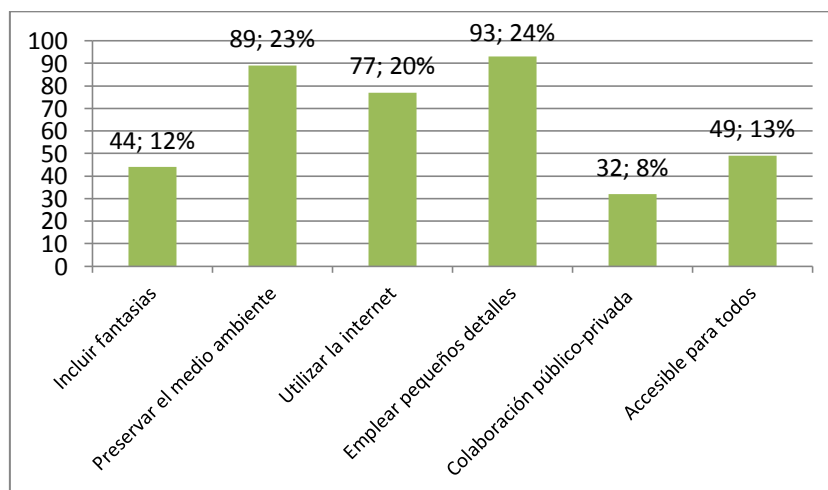
En la pregunta 14-Cual de las siguientes ideas considera usted es más idónea para el diseño de un producto turístico en base a los atractivos de la Parroquia de Pintag.

**Tabla 16.** Ideas de un producto turístico para la Parroquia de Pintag

Ideas de un producto turístico para la Parroquia de Pintag	Frecuencia	%
Incluir fantasías	44	11,46
Preservar el medio ambiente	89	23,18
Utilizar la internet	77	20,05
Emplear pequeños detalles	93	24,22
Colaboración público-privada	32	8,33
Accesible para todos	49	12,76
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)



**Gráfico 15.** Ideas de un producto turístico para la Parroquia de Pintag

**Fuente:** Base de datos sobre la información recolectada en las encuestas.

**Elaborado:** Erika Daniela Quimbita Guaña (2017)

Del total de encuestados sobre sugerir ideas de un producto turístico atractivo para la Parroquia de Pintag, 44 de los mismos manifestaron incluir fantasías para 11.46%, otros 89 se inclinaron por preservar el medio ambiente para el 23.18%, 77 de los mismos para el 20.05% expresaron utilizar la internet, 93 encuestados se refirieron emplear pequeños detalles para el 24.22%, 32 encuestados se manifestaron por la colaboración público-privada representando el 8.33% y 49 para el 12.76% hicieron referencia a que sea accesible para todos. Por tanto, teniendo en cuenta el criterio de los encuestados el producto turístico nuevo debe emplear pequeños detalles y cuidando el medio ambiente.



### **3.3.1.11. Presentación de los resultados cualitativos y cuantitativos de la demanda de mercado**

Luego de haber realizado el análisis cuantitativo y cualitativo de las respuestas obtenidas mediante la aplicación de la encuesta llegamos a las siguientes interpretaciones:

Que la parroquia tiene una buena afluencia de turistas extranjeros representando el 23.18% de los encuestados, lo que apertura el mercado a esta población. La Parroquia de Pintag la conocen el 45.83% de los encuestados, lo cual demuestra que tienen una visión de sus atractivos naturales. El 41.93% conoce de las oferta turísticas por medio del internet. Así mismo el 30.47% realiza turismo en la zona para el disfrute de la naturaleza, lo que demuestra que las visitas a los atractivos naturales es lo que tiene mayor demanda; el 40.36% expresan que el servicio de alimentación es regular, gastando como promedio por persona entre 26 a 35 USD, al mismo tiempo le gustaría visitar o conocer los sitios turístico al 80.07% y en especial el sendero Ecológico Chorrera del Pita con un 22.4%, siendo el grupo etario de 19 a 30 años el mayoritario en realizar actividades turísticas con el 51.56%, concentrándose principalmente los fines de semanas 31.77% para realizar turismo, este destino turístico debía mejorar con la creación de nuevas ofertas turísticas 25%. Entre las principales insatisfacciones de los clientes esta la falta de interconexión entre las ofertas con el 78.21%, sugiriendo que surjan nuevos productos turísticos teniendo en cuenta pequeños detalles y cuidando el medio ambiente

### **3.3.1.12. FASE II: DISEÑO DEL PRODUCTO**

#### **3.3.1.13. Etapa I. Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos**

#### **3.3.1.14. Descripción general de la parroquia de Pintag**

#### **3.3.1.15. Población**

La población de la parroquia de Pintag, según el último censo realizado en el 2010 es de 17.930 habitantes, con una tasa de crecimiento de 2,4 %; una distribución según el género de 8.815 hombres y 9.115 mujeres. (Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018)

### 3.3.1.16. Actividades

Según Gobierno Autonomo Descentralizado de Pintag (2015) las personas económicamente activas de la provincia de Pintag son 7734 habitantes; con respecto a su distribución se muestra a continuación:

RAMA DE ACTIVIDAD	CASOS	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1377	18%
Explotación de minas y canteras	41	1%
Industrias manufactureras	975	13%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	68	1%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	45	1%
Construcción	1222	16%
Comercio al por mayor y menor	841	11%
Transporte y almacenamiento	486	6%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	187	2%
Infomación y comunicación	54	1%
Actividades financieras y de seguros	30	0%
Actividades inmobiliarias	13	0%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	113	1%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	180	2%
Administración pública y defensa	188	2%
Enseñanza	314	4%
Actividades de la atención de la salud humana	105	1%
Artes, entretenimiento y recreación	30	0%
Otras actividades de servici	160	2%
Actividades de los hogares como empleadores	526	7%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	2	0%
No declarado	547	7%
Trabajador nuevo	230	3%
<b>Total</b>	<b>7734</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

**Figura 2.** Distribución PEA según la rama de actividad.

En el gráfico anterior se observa que las actividades predominantes son Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, seguida de Construcción, luego Industrias manufactureras y el Comercio al por mayor y menor; dentro de este censo, no destacan las actividades turísticas formales, pero si presentan algunas relacionadas como actividades de alojamiento y servicio de comidas, artes, entretenimiento y recreación.

### 3.3.1.17. Limites

La parroquia de Pintag se limita al norte con las parroquias de Tumbaco, La Merced, Alangasí y Pifo, al Sur con el cantón Mejía, al este con la Provincia de Napo y al oeste con Mejía y Rumiñahui (Gobierno Autonomo Descentralizado de Pintag, 2015)

### 3.3.1.18. Ubicación

Pintag se encuentra ubicada en el Ecuador, específicamente en el Distrito Metropolitano de Quito, al suroriente de la provincia de Pichincha, situada al sur oriente de la Capital a unos 35 kilómetros de ella cerca del Valle de los Chillos. (Gobierno Autonomo Descentralizado de Pintag, 2015).



**Figura 3.** Mapa de ubicación de la parroquia Pintag.

**Fuente:** (Google Search, 2017)

### 3.3.1.19. Clima y Temperatura

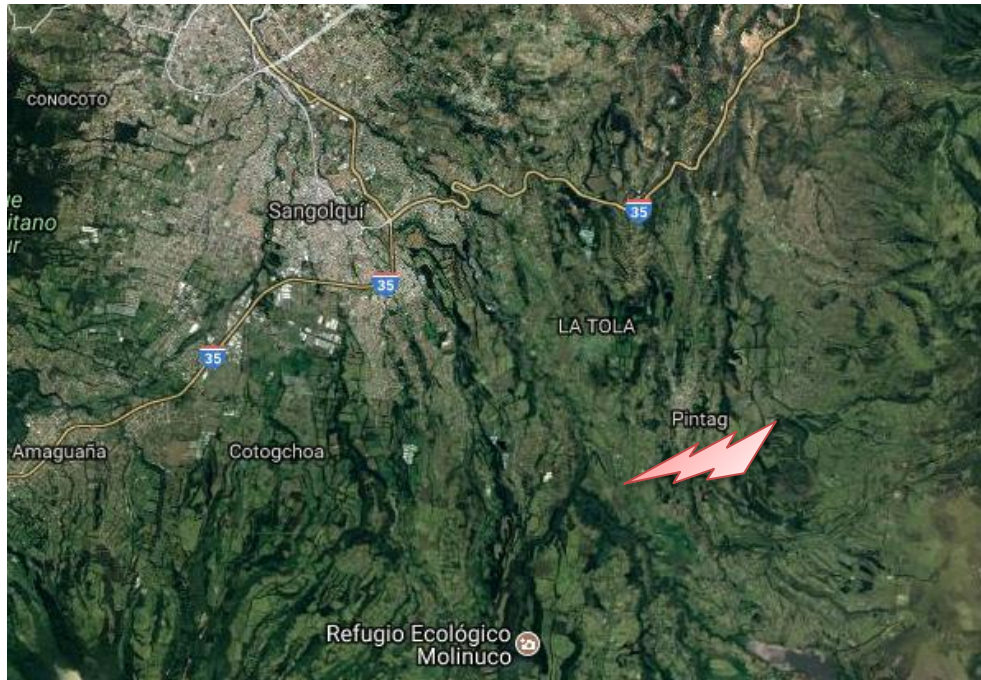
El Pintag cuenta con un clima que predomina lo templado húmedo, cabe destacar que los cambios globales han convertido el clima en la parte alta es frío y en la occidental es templado; Con respecto a las estaciones se presentan dos una caracterizada por periodos lluviosos (invierno) desde septiembre hasta abril y un periodo seco que va desde mayo hasta agosto, aunque ya no tan macados estos periodos. La temperatura esta provincia anual promedio es de 12°C. fluctuando entre 8ª y 16ª. (Gobierno Autonomo Descentralizado de Pintag, 2015)

### 3.3.1.20. Superficie y Altitud

La superficie de Pintag es de 490.14 Km². Con una altitud de la provincia es de 2.400 metros sobre el nivel del mar.

### 3.3.1.21. Coordenadas Geográficas de Pintag

- Latitud: -0.366667 (0°22'0" S)
- Longitud: -78.3833 (78°22'60" W)



**Figura 4.** Ubicación geográfica de la parroquia de Pintag

**Fuente:** (Google Maps, 2017)

## 3.3.1.22. Fichas de Atractivos

## FICHA No. 1

<b>LAGUNA MUERTEPUNGO</b>		
		
<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b> : Laguna Muertepungo	<b>UBICACIÓN:</b> Reserva Ecológica Antisana.	
<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>		
<b>CATEGORÍA:</b> Sitios Naturales	<b>TIPO:</b> Hidrológicos	<b>SUBTIPO:</b> Laguna
<b>JERARQUÍA II</b>		
Este atractivo por sí mismo es llamativo y despierta el interés de visitantes no locales y extranjeros. Incluso es un atractivo que puede capturar la atención de quienes visitan la zona por otros motivos.		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
Representa la puerta de la muerte. Laguna que es producto de la lava volcánica del Antisanilla en 1728. Es un sitio de interés turístico importante, que inspira encanto y misterio a la vez. También desde aquí se puede apreciar el sitio llamado Boliche.		

**Fuente:** (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

## FICHA No. 2

## EL CAMINO DEL INCA



## DATOS GENERALES

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Camino del Inca.

**UBICACIÓN:** Reserva Ecológica Antisana.

## CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**CATEGORÍA:** Sitios Naturales

**TIPO:** Planicie

**SUBTIPO:** Llanura

## DESCRIPCIÓN

Muestra el testimonio vivo de los senderos transitados por cientos de años. Ellos constituyeron un inmenso vínculo territorial. Por lo que es un recorrido histórico, donde el monarca que más incrementó la red caminara fue Huayna Cápac.

**Fuente:** (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

## FICHA No. 3

## TAMBO CÓNDOR MIRADOR



## DATOS GENERALES

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Tambo Cónдор Mirador.

**UBICACIÓN:** Reserva Ecológica Antisana.

## CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**CATEGORÍA:** Sitios Naturales

**TIPO:** Planicie

**SUBTIPO:** Llanura

## DESCRIPCIÓN

Sitio de mucha preferencia de los visitantes para el avistamiento de aves. Basta con llevar un par de binoculares y un poco de conocimiento del lugar y se puede disfrutar de las bellezas del lugar. El ave propia de la zona es el cóndor, símbolo del paisaje ecuatoriano.

**Fuente:** (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña



## FICHA No. 4

## LAGUNA LA MICA



## DATOS GENERALES

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Laguna Mica

**UBICACIÓN:** Reserva Ecológica Antisana.

## CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**CATEGORÍA:** Sitios Naturales

**TIPO:** Hidrológicos

**SUBTIPO:** Laguna

## DESCRIPCIÓN

En la zona alrededor del humedal no se encuentran facilidades turísticas, pero en La Mica, existe una estación de la Reserva Ecológica que sirve de alojamiento a investigadores. Este atractivo se utiliza para la promoción de la pesca deportiva y senderismo.

**Fuente:** (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña



## FICHA No. 5

## REFUGIO ECOLÓGICO DE MOLINUCO



## DATOS GENERALES

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Cascada Molinuco

**UBICACIÓN:** Refugio Ecológico Molinuco

## CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**CATEGORÍA:** Sitios Naturales

**TIPO:** Hidrológicos

**SUBTIPO:** Cascada

## DESCRIPCIÓN

Preciosos espacios naturales, con escalinatas sobre las cascadas, así como balnearios. Miradores y un entorno selvático de excelencia.

**Fuente:** (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

## FICHA No. 6

## NEVADO ANTISANA



## DATOS GENERALES

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Nevado Antisana

**UBICACIÓN:** Reserva Ecológica Antisana

## CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**CATEGORÍA:** Sitios Naturales

**TIPO:** Montañoso

**SUBTIPO:**  
Montañoso

## DESCRIPCIÓN

Volcán Antisana es un gran estratovolcán del arco de los Andes, potencialmente activo y cubierto por glaciares. Se sitúa ubicado en la Cordillera Real del Ecuador, entre las provincias de Napo y Pichincha, unos 50 km al sureste de la ciudad de Quito.

**Fuente:** (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

## FICHA No. 7

## CERRO SINCHOLAGUA



## DATOS GENERALES

**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Cerro Sincholagua

**UBICACIÓN:** Localizado a 17 kilómetros (10,563310264 mi) nordeste del volcán Cotopaxi y 45 kilómetros (27,96170364 mi) al sureste de Quito.

## CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

**CATEGORÍA:** Sitios Naturales

**TIPO:** Montañoso

**SUBTIPO:**  
Montañoso

## DESCRIPCIÓN

Es la 12.<sup>a</sup> cumbre más alta en el país con 4,873m pero también es una de las menos conocidas. De utilidad para la práctica de montañismo y senderismo.

**Fuente:** (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

### 3.3.1.23. Planta Turística

A continuación se describen los elementos que componen la planta turística, con la que cuenta la parroquia de Pintag:

- a. Transporte:** La ubicación de esta parroquia la convierte en un espacio turístico bastante accesible, debido a que se encuentra a solo 50 minutos del centro de Quito en carro particular; ya que cuenta con diferentes rutas de acceso conformada por autopistas y calles pavimentadas. En lo que respecta a la movilización a través del transporte público, se debe tomar un bus en la parada del Playón la Marín que llega hasta la parada principal de la parroquia, los cuales tienen una duración aproximada de 1 hora 20 minutos. Estos son cómodos, económicos y brindan seguridad, así como una buena atención.
- b. Servicios Básicos:** La parroquia de Pintag cuenta con todos los servicios necesarios para una estadía cómoda y placentera; entre ellos destaca el servicio de agua, electricidad, alcantarillado y desechos sólidos.
- c. Alojamiento:** La parroquia Pintag, posee adecuados e integrales servicios, sus viviendas son de tipo individualizada de materiales de calidad. Es una parroquia tranquila y entusiasta, muy humanitaria por parte de la gran mayoría de sus pobladores, razones por la que muchas personas la visitan e incluso se quedan a vivir allí. Su desarrollo se encuentra proyectado en el Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito, 2015). Dispone de una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) que beneficia a los pobladores de los diferentes barrios parroquiales. Como se describe a continuación:

Tabla 17. Información sobre los centros de alojamiento de la parroquia

DESCRIPCIÓN	IMAGEN
<p><b>HOSTERÍA RANCHO DEL CIELO, PÍNTAG</b></p> <p>Ubicado en el Camino San Juanito - Tolontag.</p> <p><b>Precio: \$80 por Noche.</b></p> <p><b>Horario: No especifica</b></p> <p><b>Clasificación: 3.4 estrellas.</b></p>	
<p><b>HOSTERÍA LA PONDEROSA</b></p> <p>Se caracteriza por su comida deliciosa, bajos precios y un bellissimo paisaje, en contacto directo con la naturaleza.</p> <p><b>Clasificación: 4.1 estrellas.</b></p>	
<p><b>CONDOR'S ANTISANA HOTEL Y CENTRO DE EVENTOS</b></p> <p>Ubicado a una cuadra de la cancha de la Tola, Sangolqui.</p> <p><b>Precio: \$122 por Noche.</b></p> <p><b>Horario: No especifica</b></p> <p><b>Clasificación: 5 estrellas.</b></p>	
<p><b>TAMBO DE GUAYARÁ- SOLO BAJO RESERVACIÓN</b></p> <p>Ofrece lindas y cómodas habitaciones, así como instalaciones recreativas de primera.</p> <p><b>Precio: Negociable</b></p> <p><b>Horario: 8:00 am – 17:00pm</b></p> <p><b>Clasificación 4.3 estrellas</b></p>	

**Fuente:** (Google Maps, 2017)

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña



- d. **Alimentación.** En lo que respecta al proceso de adquisición de alimentos la parroquia de Pintag, cuenta con variedad de espacios que ofrecen buenos servicios, preparando diversos platos con comidas tradicionales del Ecuador e internacionales, platos a la carta, entre otros. En este sentido se muestran a continuación los más destacados de la zona:

Tabla 18. Información sobre los restaurantes de la parroquia de Pintag.

DESCRIPCIÓN	IMAGEN
<p><b>Quinta la carreta de Pintag</b></p> <p>Posee un ambiente relajado, agradable, informal, ideal para el descanso.</p> <p><b>Clasificación: 3.0 Estrellas.</b></p>	
<p><b>El Rincón De Cristy</b></p> <p>Tiene un ambiente natural, relajado, agradable, informal, ideal para el descanso. Elaboran platos deliciosos. Ubicado en Pintag.</p> <p><b>Clasificación: 4.2 Estrellas</b></p>	
<p><b>Centro turístico "La isla del amor"</b></p> <p>Posee pesca deportiva, canchas deportivas, senderos ecológicos, áreas recreativas, restaurante. Es un lugar ideal para disfrutar con amigos y familiares en un ambiente de naturaleza.</p> <p><b>Clasificación: 4.5 Estrellas.</b></p>	
<p><b>Pesca Deportiva El Volcán</b></p> <p>Restaurante de fish &amp; chips. Ubicado en la vía a Pintag, desarrolla otras actividades recreativas.</p> <p><b>Clasificación: 5.0 Estrellas</b></p>	

Fuente: (Google Maps, 2017)

Elaborado por: Erika Daniela Quimbita Guaña

- e. **Servicios de Recreación.** La parroquia de Pintag cuenta con diversidad de espacios naturales y establecimientos para la recreación y entretenimiento, los cuales se detallan a continuación:
- f. **Servicios de Apoyo.** La comunidad de Pintag cuenta con el apoyo de los diferentes institutos de seguridad, entre ellos: Transito, Policía Nacional, Policía Comunal, Bomberos, Centros de Atención Médica y Centros Educativos.

Los elementos antes mencionados, demuestran las características de la parroquia de Pintag resultantes del diagnóstico realizado, lo que evidencia que existe un potencial turístico en esta parroquia que debe ser potenciado a través de la implementación de productos turísticos.

### **3.3.1.24. Etapa II. Identificación y selección del producto turístico.**

#### **3.3.1.25. Nombre del producto turístico**

“Aventurando en Pintag”

#### **3.3.1.26. Tipo de Negocio**

El presente producto turístico está enfocado al turismo ecológico.

#### **3.3.1.27. Lista de actividades seleccionadas para la ejecución del producto.**

- Hospedaje en la Hostería Rancho del Cielo.
- Paseo por la parroquia de Pintag.
- Senderismo en las Instalaciones del Refugio Ecológico Molinuco. (Cascada Molinuco, Cascada gran Pita, Rio Pita, Mirador de Volcanes).
- Tambo Cóndor Mirador. (Caminata por la naturaleza y Observación de Aves).

#### **3.3.1.28. Etapa III. Producto Turístico.**

En este sentido, se propondrá un paquete turístico, seleccionando como destino la parroquia de Pintag, ofertando los servicios para los fines de semana, con una duración de tres noches y dos días. Abarcando diferentes actividades con el

aprovechamiento de los espacios naturales de la parroquia. Pasos para el diseño del paquete:

1. Nombre del Paquete: Corto y llamativo que motive la compra.
2. Codificación: Numeración.
3. Duración: Horas, días, noches.
4. Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura.
5. Tiempo de las actividades: Inicio, duración.
6. Descripción de Actividades: En orden de visita/día.
7. Itinerario: Atractivos naturales y/o culturales, actividades, tiempos, sitios.
8. Dificultad: Fácil, moderado, difícil.
9. Precio: por número de pasajeros.
10. Servicios que se incluyen.
11. Servicios que no se incluyen.
12. Observaciones: Requerimientos para la visita, condiciones de reservaciones, impedimentos.



### 3.3.1.29. Elaboración del paquete turístico.

NACIONALES E INTERNACIONALES		
<b>1. Nombre del paquete: "Aventurando en Pintag"</b>		
<b>2. Código: P-001</b>	<b>3. Duración: 1 Noche y 2 Días</b>	
<b>4. Carácter: Naturaleza y Aventura</b>		
<b>5. Tiempo de la actividad: Inicio 7:30 am. Duración: Ocho horas diarias.</b>		
<b>6. Descripción de la actividad:</b> El paquete turístico inicia el día sábado con la salida del transporte desde el playón de la Marín, luego un desayuno tradicional en la parroquia de Pintag, seguidamente de un paseo por los alrededores; traslado al refugio ecológico Molinuco, en donde se realizara senderismo por las instalaciones para disfrutar de las cascadas Molinuco, recreación en el rio pita, la gran cascada, seguidamente se realizara el almuerzo en el restaurante de las instalación, visita al mirador de volcanes y disfrute de las actividades que ofrece este refugio: Cabalgata y Canoping, Regreso al hotel para la merienda y el descanso. El día domingo se realizara una visita al Mirador Tambo Cóndor, para disfrutar de la variedad de aves, seguido de pesca deportiva el Volcán y por ultimo disfrute de los balnearios de la hostería.		
<b>7. Itinerario: Cronograma de las actividades.</b>		
<i>Día</i>	<i>Hora</i>	<i>Actividad</i>
<b>Sábado</b>	7:30 am	Salida del Transporte a la parroquia de Pintag. (Playón la Marín)
	8:20 am	Visita a la parroquia de Pintag
	9:15 am	Salida al Refugio Ecológico Molinuco
	10:00 am	Recorrido por los espacios naturales del refugio. (Senderismo, Paseo por las principales cascadas)
	14:00 pm	Almuerzo en el restaurante
	15:00 pm	Baño en el rio pita.
	16:30 pm	Disfrute de las actividades e instalaciones del refugio (cabalgata, canoping) o Visita al mirador de volcanes.
	18:00 pm	Salida a la Hostería
	20:00 pm	Cena
	21:00 pm	Descanso
<b>Domingo</b>	8:00 am	Desayuno en el restaurante de la hostería
	8:30 am	Salida al Tambo Cóndor Mirador
	9:30 am	Disfrute de la vista del Mirador y observatorio de aves
	13:00 pm	Almuerzo y disfrute en la parroquia de Pintag
	14:30 pm	Disfrute de los balnearios de la Hostería Rancho del Cielo
	17:00 pm	Salida del bus al Playón la Marín
<b>8. Dificultad: Moderada</b>		
<b>9. Servicios que incluye:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Transporte del Playón la Marín hasta la Hostería (ida y vuelta).</li> <li>➤ Comidas (Desayuno, Almuerzo y Cena)</li> <li>➤ Transporte desde la Hostería hasta los diferentes destinos (ida y vuelta).</li> <li>➤ Servicio de guías durante todo el recorrido.</li> </ul>		
<b>10. Servicios que no incluye:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comidas Extras.</li> <li>➤ Bebidas Gaseosas y Alcohólicas.</li> <li>➤ Cabalgata y Canoping.</li> <li>➤ Alquiler de Binoculares.</li> <li>➤ Propinas</li> </ul>		
<b>11. Observaciones:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Las habitaciones sencillas.</li> <li>➤ Debe llevar ropa cómoda para la práctica del senderismo y traje de baño.</li> <li>➤ Llevar binoculares.</li> <li>➤ Los grupos mínimos deben ser de 6 personas. Se podría realizar con menos personas pero aumenta el costo.</li> </ul>		
<b>12. Costo: El costo total del paquete es de 370 \$USD</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>4 personas = 183 \$ USD</b></li> <li>➤ <b>6 personas = 162 \$ USD</b></li> <li>➤ <b>8 personas = 151 \$ USD</b></li> </ul>		

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

### 3.3.1.30. Etapa IV. Estudio de Viabilidad

#### 3.3.1.31. Viabilidad Técnica (Impacto Ambiental)

El presente producto turístico es viable técnicamente, porque la ejecución del mismo no requiere de la alteración o reconstrucción del medio ambiente, ya que dentro de la propuesta no se estipula la construcción de alguna edificación, carretera o instalación recreacional. Por su parte la incidencia de las actividades recreativas que se plantean, en su mayoría se rigen por las normativas ecológicas de los entes gubernamentales, lo que garantiza un impacto ambiental negativo bajo.

Cabe descartar que este producto se enmarca en la clasificación de ecoturismo, el cual representa un impacto positivo para la parroquia de Pintag, ya que con la afluencia de turistas se potencia el valor patrimonial de la misma y los visitantes servirán de multiplicadores de conciencia ecológica, colaborando en el aprovechamiento y disfrute de los recursos naturales de esta parroquia.

Todo estudio de técnico en términos de impacto ambiental se debe tener en consideración la capacidad de carga de los diferentes destinos planteados, para la presente propuesta los sitios visitados tienen sus propias normativas internas como es el caso del refugio Molinuco, para este sitio se realizara el cálculo de CCF Comprendiendo que la capacidad de carga física es el límite máximo de visitas que se pueden hacer en el área durante un día se realizó el siguiente cálculo, tomando en cuenta la relación entre factores de visita (horario y tiempo de visita). **Fórmulas:**

$$\text{CCF} = \text{S}/\text{sp} \times \text{Nv}$$

Donde:

S= superficie disponible, en metros lineales del sendero (3.550m)

Sp= superficie usada por persona = 1 m de sendero

Nv= número de visitas

Hv= tiempo que está abierto al público 10 h

tv= tiempo de visita 5 horas

$$\text{Nv} = \text{Hv} / \text{tv}$$

$$\text{Nv} = 10 / 5$$

$$\text{Nv} = 2$$

$$\text{CCF} = 3.550 / 1 \times 2$$

$$\text{CCF} = 3.550 \times 2 = 7.100 \text{ visitas/día}$$

Del resultado de la capacidad de carga física demuestran que el refugio ecológico Molinuco puede recibir 7.100 personas por día, en este sentido se evidencia que la ejecución del paquete turístico, tiene un impacto ambiental despreciable para este destino.

### **3.3.1.32. Viabilidad administrativa legal**

En Lo concerniente a la sustentación legal que respalda el proceso de gestión del presente producto turístico, se considera viable con apoyo en las especificaciones legales que establece la Ley del Turismo del Ecuador (2002) en sus artículos:

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Este artículo señala que las atribuciones legales que rigen todas las acciones turísticas que se promocionen en este país deben estar bajo las disposiciones de la ley citada. El presente producto turístico se enmarca y cumple con estas consideraciones. En lo que respecta, a la esencia del producto que es el desplazamiento de los turistas a la parroquia de Pintag desde diferentes zonas del país también es concordante con lo expuesto en el artículo:

**“Art. 2.** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”. (Ecuador, Congreso Nacional, 2002)

Lo que demuestra que esta propuesta es viable. Por otra parte en referencia a las políticas estatales la propuesta cumple con los objetivos planteados en el artículo que se menciona a continuación:

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de gestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (Ecuador, Congreso Nacional, 2002)

Ya que se busca potenciar las actividades turísticas de la parroquia de Pintag con fomento y promoción del paquete turístico. Asimismo, se acopla a las reglamentaciones con respecto al uso de los recursos naturales, resguardando al turista y fomentando en él una conciencia ecológica para la protección de los espacios y divulgación de los patrimonios de esta parroquia a nivel nacional e internacional. Cabe destacar que la mayoría de las actividades que se realizaran son en espacios turísticos resguardados administrativamente, lo que garantiza la seguridad de los turistas, asimismo se debe tener en consideración que cuando se realice la caminata por el Tambo Cóndor Mirador existen pequeñas áreas que son propiedad privada por lo que se debe solicitar los permisos necesaria.

Los planteamientos anteriores, reafirman la viabilidad administrativa y legal del producto turístico propuesto, ya que se rige bajo el reglamento estipulado en la Ley de Turismo del Ecuador, lo que da solvencia que la propuesta no incurre en ninguna falta con respecto al marco legal.

### **3.3.1.33. Impacto Social**

La propuesta representa un gran aporte para la población del Ecuador en general porque propicia oportunidades de empleo, sobretodo en la comunidad de pintag, ya que con la incrementación en la afluencia de turistas se aumentan las posibilidades de emprender nuevos proyectos por parte de los habitantes de esta parroquia, también es beneficioso para los prestadores de servicios turísticos ya establecidos en esta zona, debido a que se potencia las actividades que estos ofrecen, y así mejorar la calidad en sus servicios. Indirectamente se ven beneficiados los habitantes de las zonas rurales cercanas a los atractivos turísticos porque podrían comercializar los productos autóctonos de la parroquia. Así como promover las comidas tradicionales, lo que significa un impulso para el turismo del Ecuador al revitalizar el aprovechamiento de los recursos naturales de la parroquia de Pintag, y

convertirlo en un lugar turístico de referencia y renombre a nivel nacional e internacional.

### 3.3.1.34. Viabilidad Económica-Financiera (costos)-Comercial

En lo que concierne al estudio económico-financiero se determinó el costo del paquete turístico a través de las informaciones encontradas en los principales sitios de turismo del internet, llamadas telefónicas a los diferentes establecimientos de interés turísticos de la parroquia. Estableciendo de esta manera el precio de venta al público. Lo resultados se muestran a continuación:

**Tabla 19.** Calculo del Costo

<b>Costos generales</b>	<b>Costo total USD</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
<b>Trasporte</b>	\$150,00	\$37,50	\$25,00	\$18,75
<b>Guías</b>	\$100,00	\$25,00	\$16,67	\$12,50
<b>Total de costo general</b>	\$250,00	\$62,50	\$41,67	\$31,25
<b>Costos individuales</b>	<b>Costo Total en USD</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
<b>Alojamiento</b>	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
<b>Alimentación</b>	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
<b>Gastos entrada a los centros turísticos</b>	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
<b>Total de costos Individuales</b>	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$370</b>	<b>\$183</b>	<b>\$162</b>	<b>\$151</b>

**Elaborado por:** Erika Daniela Quimbita Guaña

### 3.3.1.35. Estrategia de Comercialización

Los resultados obtenidos de la encuesta demuestran que se debe implementar la promoción del paquete turístico al mercado través de las redes sociales (Instagram, Facebook, las páginas web de las principales agencias de turismo privadas y públicas). Pero también se pueden divulgar a través de la radio y televisión. En el

caso del mercado internacional se puede llegar a acuerdos de negociación con las agencias de viajes para incluir estos paquetes a sus rutas de destino en el Ecuador.

### Logo del paquete turístico



## CONCLUSIONES

El turismo en la parroquia de Píntag presenta algunas falencias con respecto a la organización de las ofertas turísticas, debido a que no existe una promoción de los atractivos turísticos a la población ecuatoriana ni extranjera que visita el país; asimismo la mayoría de las personas que asisten a esta parroquia demuestran inconformidad con la calidad de los servicios prestados (Alojamiento, Alimentación, Transporte), la mayor afluencia de visitantes se concentra en los fines de semana y feriados. Lo antes expuesto evidencia la necesidad de diseñar un producto turístico que se adapte a las características naturales de la parroquia de Píntag; entre las cuales destacan la cascada del Molinuco, del pita y la gran cascada, el mirador del cóndor, entre otros.

Con respecto a la metodología seleccionada se concluye que para el diseño del producto turístico la más idónea es la planteada por Gómez (2014), el cual describe se debe ejecutar en dos fases; en la primera se realiza el proceso de identificación de la demanda, y en el segundo se desarrolla el diseño del producto turístico, este último consta de varias etapas, entre los que destacan etapa I la identificación de los recursos y atractivos turísticos, la determinación de la planta turística, etapa II consolidación del concepto del producto (selección de la idea y actividades a realizar), etapa III integración del producto turístico y oferta, etapa IV estudio de viabilidad. Esta estructura es la que tiene mayor correspondencia con lo que se desea proponer en esta parroquia.

Asimismo se concluye que el producto turístico es viable técnicamente, porque al enmarcarse en la corriente del ecoturismo, el impacto ambiental que genera es positivo, ya que fomenta la conciencia ambientalista en los turistas a través del aprovechamiento de los recursos naturales de la parroquia de Píntag. En lo referente a la viabilidad económica-financiera se determinó que es factible porque se requiere de una baja inversión con grandes beneficios económicos para la parroquia, lo que se desencadena un impacto social significativo, debido a que los pobladores de la comunidad de Píntag.

## RECOMENDACIONES

Se les recomienda a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia de Píntag a invertir en las instalaciones físicas y las atenciones que les prestan a los turistas, para impulsar de manera positiva las actividades de esta índole que se realizan y así incrementar la afluencia de visitantes.

Al Ministerio de Turismo del Ecuador se le insta a tomar en cuenta este tipo de propuestas para potencializar el turismo de las diferentes parroquias, sobre todo en la de Pintag la cual cuenta con recursos naturales únicos que no son aprovechados al máximo por falta de gestión y apoyo por los entes gubernamentales, en el proceso de implementación de este tipo de propuestas.

Por su parte, a la Universidad Metropolitana del Ecuador se le recomienda seguir con este tipo de investigaciones, ya que representan un aporte académico de relevancia para el país. De igual forma sirven como antecedente para futuros investigadores.

Con respecto a las agencias de viaje del país, se les recomienda involucrarse con participación activa en la promoción de este paquete turístico para que los turistas nacionales e internacionales conozcan las diferentes parroquias del Ecuador y sus recursos naturales.



## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (1990). *Agencias de Viajes, organización y operación*. México: Trillas.
- Chile, Servicio Nacional de Turismo. (2016). *Manual de diseño. Experiencias Turísticas*. Santiago: Senatur.
- Concejo Metropolitano del Distrito Metropolitano de Quito. (2015). *Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Quito: Distrito Metropolitano de Quito.
- De Borja Solé, L., Casanovas Pla, J. A., & Bosch Camprubí, R. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid: Spain.
- Distrito Metropolitano de Quito. (23 de 11 de 2017). *Anexo estadístico a febrero 2017*. Recuperado el 15 de diciembre de 2017, de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/65-datos-hoteleros>
- Ecuador, Congreso Nacional. (27 de 12 de 2002). *Ley de Turismo del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 733 del 27 de diciembre de 2002. Modificada el 29 de diciembre de 2014.
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos. (30 de Enero de 2018). *Población migrante por sexo, según provincia, canton, parroquia de empadronamiento*. Recuperado el 30 de enero de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Quito: INEC.
- Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (21 de Noviembre de 2016). *Conceptos básicos cartográficos*. Recuperado el 20 de diciembre de 2017, de [http://www.inec.gob.ec/nuevo\\_inec/items/gestion\\_eficiente/cartografia/anexos/CAPACITACIONES/INSTRUCTIVOS%20AMANZANADO/CONCEPTOS%20BASICO S.pdf](http://www.inec.gob.ec/nuevo_inec/items/gestion_eficiente/cartografia/anexos/CAPACITACIONES/INSTRUCTIVOS%20AMANZANADO/CONCEPTOS%20BASICO S.pdf)
- Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (s.f.). *Glosario de términos descentralización*. Recuperado el 5 de octubre de 2017, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2012/10/GLOSARIO-DE-TERMINOS-DESCENTRALIZACION.pdf

Fundación Cambio Democrático. (2000). Manual de Construcción de Consenso. Los procesos colaborativos, Segunda Generación de gestión de conflictos. *Fundación Cambio Democrático*, 226-993.

Gobierno Autonomo Descentralizado de Pintag. (2015). *Actualizacion del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Pintag*. Pintag: GAD Parroquial de Pintag.

Gómez, G. (24 de Agosto de 2014). *Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos*. Recuperado el 18 de diciembre de 2017, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9624/1/Procedimiento%20metodol%C3%B3gico%20de%20dise%C3%B1o%20de%20productos%20tur%C3%ADsticos%20para%20facilitar%20nuevos%20emprendimientos.pdf>

Google Maps. (12 de Noviembre de 2017). *Parroquia de Pintag*. Recuperado el 12 de noviembre de 2017, de <https://www.google.com.ec/maps/search/parroquia+de+pintag+/@-0.3746954,-78.4099661,12159m/data=!3m1!1e3>

Google Search. (15 de Noviembre de 2017). *Parroquia de Pintag*. Recuperado el 15 de noviembre de 2017, de [https://www.google.com.ec/search?q=parroquia+de+pintag&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwirq-eC84LZAhXPjVvKHQWiBsUQ\\_AUICigB#imgrc=DaEIZejj8XMdVM:](https://www.google.com.ec/search?q=parroquia+de+pintag&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwirq-eC84LZAhXPjVvKHQWiBsUQ_AUICigB#imgrc=DaEIZejj8XMdVM:)

Gordón Enríquez, W. O., & Goyes Villarreal, M. W. (2013). *Inventario de atractivos Turísticos y Elaboración de una ruta turística temática interpretativa del Cantón Bolívar, Provincia del Carchi para promover la oferta turística local*. Tulcán: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Hax, A. (2014). *Estrategia para el liderazgo competitivo*. Buenos Aires: Granica S.A.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta edición p*. México: McGraw - Hill.

- Herrera, J. (13 de noviembre de 2012). *Investigación cuantitativa*. Recuperado el 17 de octubre de 2017, de <https://juanherrera.files.wordpress.com/2012/11/investigacion-cuantitativa.pdf>
- Imagina TUR. (29 de Septiembre de 2013). *Valores Turísticos*. Recuperado el 28 de noviembre de 2017, de <http://www.imaginatour.es/>
- Monteserín, O., & Troitaño, M. (2011). *Turismo y desarrollo territorial. Los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Moreira-Wachtel, S., & Tréllez, E. (2013). *La interpretación del patrimonio natural y cultural. Una visión intercultural y participativa*. Lima, Perú: Ministerio del Ambiente.
- Navas, A., Sabino, C., Ricaurte, C., & Marquez, I. (25 de Noviembre de 2011). *Redes Sociales, Ciudadanía y Política*. Recuperado el 13 de noviembre de 2017, de [https://issuu.com/albertinavas/docs/redes\\_sociales\\_ciudadani\\_\\_a\\_y\\_poli\\_](https://issuu.com/albertinavas/docs/redes_sociales_ciudadani__a_y_poli_)
- Obradors, M. (2007). *Creatividad y generación de ideas (en papel)*. Valencia, España: Universitat de Valencia. Servei de Publicacions.
- Organización Mundial del Turismo. (10 de Diciembre de 2017). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 10 de diciembre de 2017, de [media.unwto.org:](http://media.unwto.org/) <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ortiz, J., & Muñoz, A. (2007). El perfil del turista internacional de Cozumel a partir de la construcción de su capital simbólico. *Teoría y Praxis*, 171-185.
- Osorio, M. (2012). *La Planificación Turística: Enfoques y modelos*. México: UNAM.
- Peñarrieta Carranza, W. A. (2012). *Diseño de una ruta turística playa verde, entre Los cantones San Vicente – Jamas –la Pedernales, Provincia de Manabí*. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López .
- Quintana, H. (2015). *Plan de desarrollo turístico sostenible de la parroquia Pintag, cantón Quito, provincia de Pichincha*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

- Rodríguez, M. V. (6 de Junio de 2012). *diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborígen Warao en el estado delta Amacuro, Venezuela*. Recuperado el 17 de noviembre de 2017, de [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la\\_actividad\\_turistica\\_y\\_producto\\_turistico.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html)
- Roig, J., & Araya, J. (2013). El uso del mapa mental como herramienta didáctica en los procesos de investigación. *Revista electrónica semestral. Universidad de Costa Rica*, 1-24.
- Santana, A. (1997). *Antropología y Turismo*. Barcelona: Editorial Arie.
- Saravia, M. d., & Muro, M. N. (2016). *Productos turísticos. Metodología para su elaboración*. Recuperado el 22 de noviembre de 2017, de <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/593819f510992.pdf>
- Turismo y Hostería. (23 de 12 de 2015). *Paquete turístico*. Recuperado el 15 de noviembre de 2017, de [poraqui.net: http://www.poraqui.net/glosario/paquete-tur%C3%ADstico](http://www.poraqui.net/glosario/paquete-tur%C3%ADstico)
- Vanega, M. G. (2006). *Ecoturismo: instrumento de desarrollo sostenible*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Mar del Plata, Argentina: NulanFCEyS.
- Wallingre, N., & Villar, A. (2014). *Gestión de municipios turísticos*. Nacional de Quilmes: Quilmes, Argentina.