INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TURISMO Y HOTELERÍA INTERNACIONAL

CARRERA: GUÍA NACIONAL DE TURISMO

"REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA PIFO DEL CANTÓN QUITO, PARA DISEÑAR PROPUESTAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS"

Plan de Investigación previo a la
Obtención del Título de Técnico Guía Nacional de Turismo

Autor: Cristian Umaquinga

Tutora: Ingeniera Sonia Lucio

Quito 16 de Julio del 2012

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Cristian Elías Umaquinga Yanacallo declaro en forma verbal y escrita que este trabajo de investigación con tema: "*Estudio de Levantamiento De Atractivos Turísticos De La Parroquia Pifo Del Cantón Quito, Para Diseñar Propuestas de Productos Turísticos"* es de mi estricta autoría y autenticidad, responsabilizándome por los conceptos, propuestas y opiniones presentadas en el documento.

Atentamente,

_____

Cristian Elías Umaquinga

Quito 1 de Junio del 2012

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERO: La Ing. Sonia Lucio por sus propios derechos, en calidad de tutora del trabajo de fin de carrera, y el señor Elias Umaquinga Yanacallo por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDO:
UNO; Cristian Elias Umaquinga Yanacallo realizo el trabajo de fin de carrera titulado ***REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA PIFO DEL CANTÓN QUITO PARA DISEÑAR PROPUESTAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS***, para obtener el titulo de Guia Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría de la Ingeniera Sonia Lucio.

DOS: Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", que los trabajos de fin de carrera se materialicen, se difundan y se los aplique en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que conforman el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI".

TERCERO: Comparecen, Ingeniera Sonia Lucio, en calidad de Tutora del trabajo de fin de carrera, y Cristian Elías Umaquinga Yanacallo, como autor del mismo, por medio del presente escrito, tienen a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con el título: ***REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA PIFO DEL CANTÓN QUITO PARA DISEÑAR PROPUESTAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS***; y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

_____ _____

TUTORA AUTOR

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mi familia ya que gracias a sus consejos y palabras de aliento crecí como persona. A mis padres por su apoyo, confianza y amor. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante. A mi padre, por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre. A mi madre, por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor. A mis dos hermanos por estar siempre presentes, cuidándome y brindándome aliento.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi padre, Elías Umaquinga, mi madre Edelinda Yanacallo, a mis hermanos, a mi querido hijo y a mi querida novia; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado a llegar hasta donde estoy ahora. Por último a mi querida directora de Tesis, Ingeniera Sonia Lucio por su apoyo incondicional durante la realización del presente trabajo.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO I 1
INTRODUCCIÓN (PLAN DE INVESTIGACIÓN) 1
1.1 Ámbito Problemático 1
1.2 Análisis de Involucrados 2
1.3 Objeto de estudio 3
1.4 Análisis De Problemas 4
1.5 Matriz de Programación 5
1.6 Definición de Objetivos 6
1.6.1 Objetivo General 6
1.6.2 Objetivos Específicos 6
1.7 Hipótesis de Trabajo 6
1.8 Marco Teórico 7
1.8.1 Marco Conceptual 12
1.9 Metodología a Aplicar 15
1.9.1 Tipos de Investigación 15
1.9.2 Métodos de Investigación 15
1.9.3 Técnicas de Investigación 15
1.9.4 Modelo de Ficha de Registro de Inventario 16
1.9.4.1 Ficha de atractivo 16
1.9.4.2 Ficha de Núcleo Poblacional 17
1.9.4.3 Ficha de Empresas de Alojamiento 18
1.9.4.4 Fichas de Empresas de Gastronomía 19
1.9.4.5 Ficha de Empresas de Actividades 20
1.9.4.6 Cálculo Muestral 21
1.9.4.7 Modelo Encuesta 22
1.9.4.8 Modelo Entrevista 23

CAPITULO II 24

DESARROLLO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN 24

2.1 Marco Metodológico 24

2.1.1 Insuficiente promoción e información turística 24

2.1.2 Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico 27

2.1.3 No se cuenta con personal capacitado cara atender la demanda turística 30

2.1.4 Baja inversión en infraestructura turística 36

2.2 Desarrollo de las técnicas utilizadas en la investigación para el levantamiento de atractivos turísticos 38

2.2.1 Aspectos generales para el levantamiento de información 38

2.2.1.1 Inventario de atractivos 38

2.2.1.2 Los atractivos turísticos 39

2.2.1.3 Facilidades turísticas 39

2.2.1.4 Objetivos 39

2.2.2 Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA 40

2.2.2.1 Introducción 40

2.2.2.2 Marco teórico vigente para el levantamiento de recursos turísticos 41

2.2.2.3 Fase de preparación 41

2.2.2.4 Levantamiento de información 46

2.2.2.5 Herramientas 47

2.2.3 Registro de Información 47

2.2.3.1 Inventario de atractivos turísticos no inventariados en la Parroquia de Pifo 47

2.2.3.2 Análisis de la encuesta (tabulación) 66

2.2.3.3 Sistematización de la entrevista 70

CAPITULO III 72

RESULTADOS DE LAINVESTIGACIÓN 72

3.1 Categorización y Jerarquización de atractivos turísticos 72

3.1.1 Sobre inventario de atractivos turísticos 72

3.1.2 Cuadro de jerarquización de atractivos de la Parroquia de Pifo 74

3.1.3 Ficha de resumen de inventarios de atractivos turísticos 78

CAPITULO IV 79
PROPUESTA EN TORNO A LA INVESTIGACIÓN 79

CAPITULO V 81
CONCLUSIONES 81
RECOMENDACIONES 83
BIBLIOGRAFÍA 84
ANEXOS 85

CAPÍTULO I

CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Ámbito Problemático

No existe un levantamiento de atractivos turísticos en la parroquia de Pifo lo cual impide que hayan propuestas de productos turísticos.

La profunda crisis socio-económica por la que atraviesa el país, que se evidencia en los altos índices de desempleo y subempleo, falta de visión y planificación a corto, mediano y largo plazo para determinar las metas y los objetivos que como país queremos; la ausencia de oportunidades, la desconfianza en las instituciones públicas y privadas, entre otros aspectos; determinan la ausencia o escasez de acciones emprendedoras para invertir en áreas de interés como es el turismo que es generadora de recursos económicos y fuentes de trabajo. Por esta situación creemos que la parroquia de Pifo teniendo potencialidades naturales y culturales debe tener un levantamiento de sus atractivos turísticos el mismo que aportaría para diseñar propuestas de productos turísticos como son la creación de paquetes turísticos en donde se puede incluir actividades como cabalgatas, caminatas por senderos autoguiados, biking, entre otras.

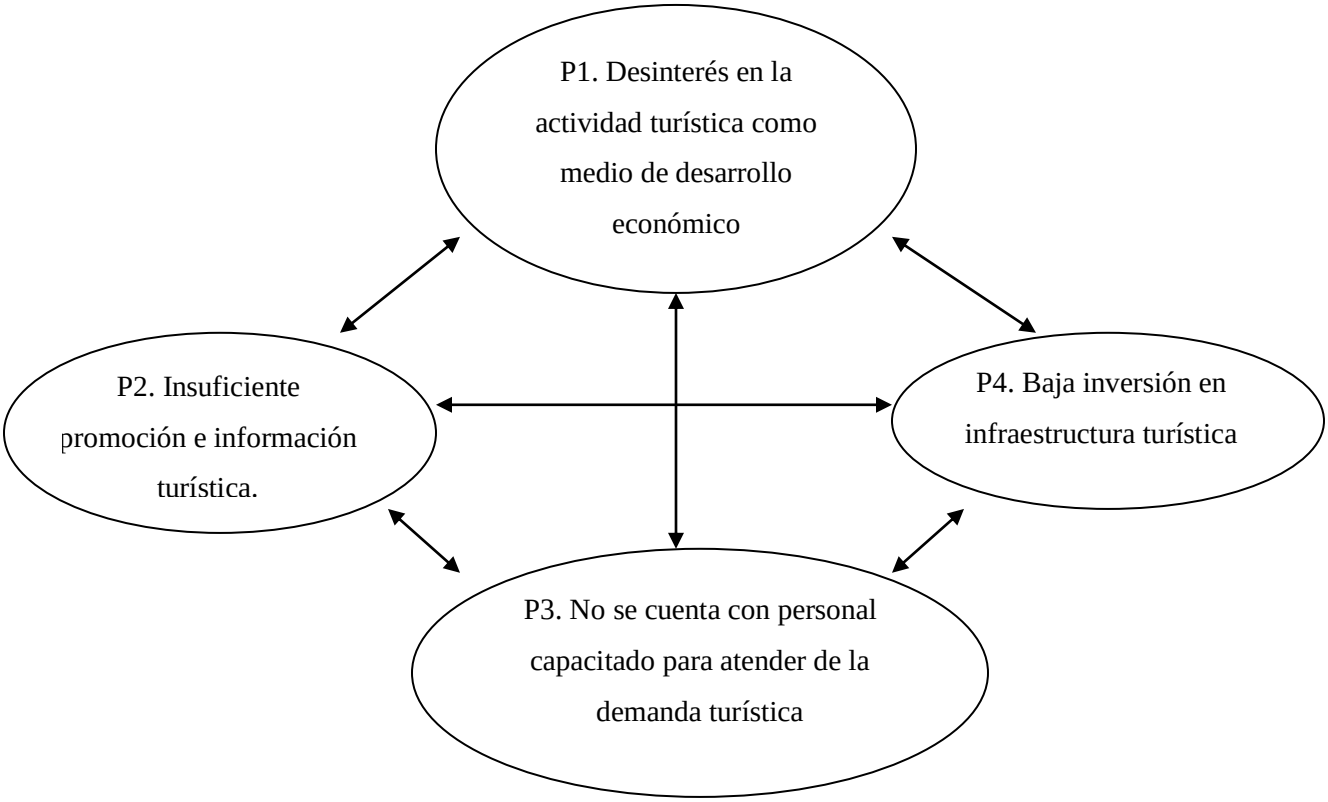
1.2 Análisis de Involucrados

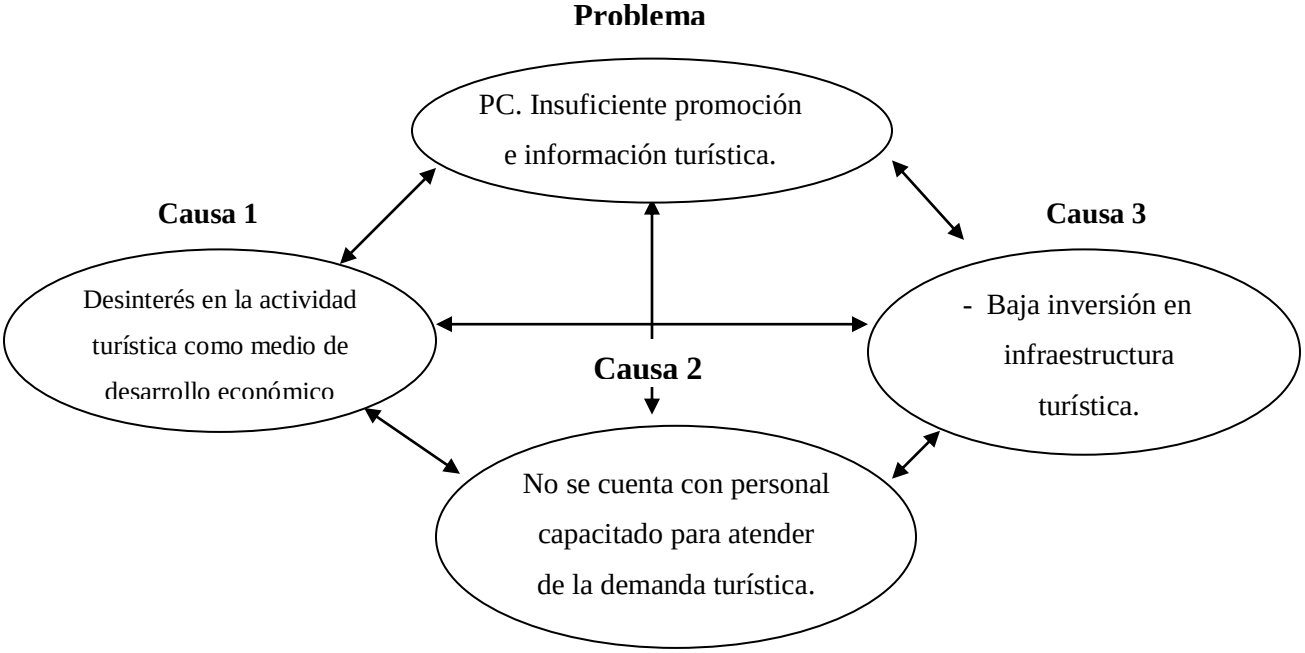
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	INTERESES EN LA INVESTIGACION	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
La Población de Pifo	- Fuentes de Empleo - Mejoramiento de infraestructura	- Escasez de conocimiento. - Desinterés en la actividad turística	Cognitivo Permisos de funcionamiento
Autoridades Junta Parroquial	- Promoción Turística - Infraestructura básica	-Insuficiente promoción e información turística.	Económico, político y cognitivo Constitución General del Estado
Prestadores de Servicios (alojamiento, restaurantes, transporte, puntos de abastecimiento)	- Incremento visitas turísticas. - Fuentes de empleo - Desarrollo Económico	- Baja inversión en infraestructura turística - Falta de promoción turística.	Económico y cognitivo Permisos de funcionamiento, constitución legal
Competencia (Atractivos aledaños)	- Alianza estratégica - Diversificación de atractivos - Generación de paquetes turísticos	- Insuficientes atractivos de gran magnitud. - Se cuenta con no personal capacitado para atender de la demanda turística	- Cognitivo - Económico Ley de turismo
Agencias de Viajes	- Nuevos paquetes turísticos - Expansión de mercado	- Insuficiente promoción e información turística.	- Cognitivo - Económico Ley de turismo

1.3 Objeto Del Estudio

Pifo constituye una de las mejores ofertas para la práctica de deportes de montaña, alpinismo, escalada en roca; rappel; caminatas; ciclismo de montaña; pesca deportiva; campismo y actividades de espeleología pero en la actualidad la promoción e información turística es insuficiente por lo que se plantea el la realización de un estudio de levantamiento de atractivos turísticos para diseñar propuestas de productos turísticos**.** Hasta el 2011 según los datos del Ministerio de Turismo, no se esta actualizado el inventario de atractivos turísticos de la zona. La junta parroquial ha desarrollado una información básica de número mínimo de atractivos de la zona, y, lo que se busca con este estudio es investigar qué otros atractivos existen en la zona, para incentivar la promoción turística.

1.4 Análisis De Problemas





1.5 Matriz de Programación

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS DE TRABAJO	VARIABLES A INVESTIGAR E INDICADORES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
Problema Central: Insuficiente promoción e información turística.	Promocionar a la parroquia de Pifo como un atractivo turístico	Si se promociona a la parroquia de Pifo, mejora la actividad turística del sector	- Catastros de atractivos turísticos	Descriptiva Cuantitativa	Deductivo Analítico	Observación Entrevista
Causa 1 Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	Generar interés en la población de Pifo para el desarrollo de la actividad turística como factor de desarrollo económico	Si se genera interés en la población de Pifo para la actividad turística, crea un nuevo medio de desarrollo económico	Estadística anual de demanda turística	Descriptiva Cuantitativa	Inductivo Analítico	Grupo focal
Causa 2 No se cuenta con personal capacitado para atender de la demanda turística.	Capacitar al personal para atender de una mejor manera a la demanda turística	Si se capacita al personal, mejora el servicio ofertado a la demanda turística	- Instituciones educativas de Turismo - Programas de capacitaciones - MINTUR	Descriptiva Cuantitativa	Inductivo Analítico	Sondeo de opinión
Causa 3 Baja inversión en infraestructura turística	Incrementar la inversión en infraestructura turística	Si se incrementa la inversión en la infraestructura turística , mejora la actividad turística del sector	-Catastro de servicios e infraestructura turística (Alojamiento, alimentación, transporte, centros de abastecimientos)	Descriptiva Cuantitativa Cualitativa	Inductivo Analítico	Encuestas

1.6 Definición de Objetivos

1.6.1 Objetivo General:

Realizar un estudio de levantamiento de atractivos turísticos de la parroquia Pifo del Cantón Quito, para diseñar propuestas de productos turísticos.

1.6.2 Objetivos Específicos:

	OBJETIVO ESPECÍFICOS
Problema Central Insuficiente promoción e información turística.	Promocionar a la parroquia de Pifo como un atractivo turístico
Causa 1 Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	Generar interés en la población de Pifo para el desarrollo de la actividad turística como factor de desarrollo económico
Causa 2 No se cuenta con personal capacitado para atender de la demanda turística	Capacitar al personal para atender de una mejor manera a la demanda turística
Causa 3 Baja inversión en infraestructura turística	Incrementar la inversión en infraestructura turística

1.7 Hipótesis de Trabajo

Si se realiza un levantamiento de atractivos turísticos de la parroquia de Pifo se mejora la promoción e información en base a propuestas de desarrollo.

Como variables tenemos fichas de levantamiento de atractivos turísticos y las propuestas que estás generen, después de su proceso de categorización y jerarquización.

1.8 Marco Teórico

Macro

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y enorme biodiversidad, entre éstas, la sierra, costa, la amazonía y por su puesto las Islas Galápagos, presentan una gran riqueza.
Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de emigrantes y banano. Durante el período de 1997 al 2001 se ha producido un incremento del turismo receptor del 3.6 %. La mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa y América Latina.

Más de 1'128.000 turistas llegaron a Ecuador en el 2011 de acuerdo con las estimaciones de la Dirección de Inteligencia de Mercados del Ministerio de Turismo; lo que representa un 8% más que el 2010 que recibió a 1'044.000 visitantes y una generación de divisas de alrededor de 789 millones de dólares.

Estos arribos son el resultado de la aplicación del Plan Integral de Marketing Turístico 2010–2014, que contempla posicionar al Ecuador, a escala mundial, como líder del turismo consciente y sostenible. Las proyecciones apuntan que en el 2012 vendrán a Ecuador 1'214 mil turistas extranjeros.

Al 30 de noviembre del 2010 llegaron al país un 1´027.686 extranjeros, lo que representa un crecimiento del 13,92% con respecto a noviembre de 2010; así lo demuestran las cifras proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración al Ministerio de Turismo.

En lo que va de enero a noviembre de este año, Colombia, con 235.516, lidera el grupo de los 15 países emisores de turistas con cinco dígitos, seguido por Estados Unidos con 215.979, Perú con 133.985, España con 55.441, Argentina con 33.226, Venezuela 32.485, Chile con 30.998, Alemania, 24.524; Cuba con 22.278, Canadá 22.104, Gran Bretaña 21.402, Francia 19.084, México 16.672, Brasil 16.110, e Italia 13.693.

Con relación a igual período del 2010 se registra en los arribos una importante variación porcentual especialmente de los mercados de América del Sur; así tenemos

a Colombia con el 29%, Chile 21%, Venezuela 18%; Argentina y Brasil con el 17%, respectivamente y México con el 15%. Mientras tanto los mercados europeos muestran un crecimiento más discreto con relación al 2010. Alemania en este período tiene una variación porcentual del 7% Canadá 4%, España 3% y Gran Bretaña 2%. Las estadísticas señalan que el 60% de los arribos extranjeros se realizaron por los aeropuertos internacionales de Quito y Guayaquil; mientras que el 40% lo hizo por las fronteras norte y sur del país.[1]

Meso

La Provincia de Pichincha situada en la parte central de la Sierra Ecuatoriana, debe su nombre al gran volcán Pichincha que presenta varias cumbres, entre las que destaca el Guagua Pichincha, famoso por su permanente actividad volcánica. Este hermoso coloso puede observarse desde Quito gracias a su cercanía y fácil acceso.

Pichincha presenta zonas diferenciadas; hacia el oriente una región andina y hacia el oeste, una planicie costera enmarcada por las estribaciones de la cordillera. Otro factor que hace inigualable este rincón, es la variedad climática. Se puede experimentar el frío de lo páramos de 4ºC (39ºF) y 8ºC (46ºF); y también el calor de los trópicos, con temperaturas que pueden llegar hasta los 22° C (68ºF).

El relieve de la provincia está marcado por el paso de las Cordilleras Oriental y Occidental de los Andes, lo que nos brinda gran variedad de valles como son: el de Guayllabamba, Los Chillos, Tumbaco, Cumbayá, Pifo, Machachi, Mitad del Mundo y elevaciones de diversas alturas que alcanzan hasta los 4794 m.s.n.m.

Por la existencia de diferentes pisos climáticos en esta provincia se da la producción papas, cebada, habas y pastizales, en las zonas altas; trigo, maíz, legumbres, frutas en los valles y laderas bajas. En el área occidental se cultiva café, arroz, cacao, yuca, plátano, palma africana y frutales propios del trópico. La ganadería es una importante fuente de ingresos, la crianza de ganado bovino ha permitido una notable producción de carne y leche.

---

1 http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4266:ecuador-cierra-el-2011-con-la-llegada-de-mas-de-un-millon-128-mil-turistas-extranjeros-&catid=292:noticias-2011&Itemid=154

Con una extensión total de 16.599 km2 y una población cercana a los 2’646.426 habitantes, Pichincha se compone de nueve cantones: Distrito Metropolitano de Quito, Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos, Puerto Quito y Pedro Vicente Maldonado. [2]

Turismo en la Provincia de Pichincha

La ubicación privilegiada de la provincia de Pichincha, permite que el turista fácilmente se conecte con otros paisajes de la sierra y el oriente ecuatoriano. Algunas rutas le permitirán llegar a hermosos destinos turísticos con maravillosos recorridos.

Fiestas singulares, gastronomía de primera y un abanico de paisajes lo espera en un recorrido por cada uno de los cantones que conforman la provincia de Pichincha. Una de las alternativas le conduce a Otavalo, ciudad donde gozará de la hospitalidad de su gente y apreciará las bellas artesanías en algodón, hilo y cuero.

Si su interés es disfrutar de la naturaleza, nada mejor que ir hasta el límite con la provincia de Napo. Aquí podrá relajarse en aguas termales y medicinales de Papallacta, y admirar el increíble paisaje que le ofrece la Reserva Ecológica Cayambe-Coca.

Para los más audaces, otra opción es recorrer la avenida de los volcanes y conocer muy de cerca esas gigantescas elevaciones que dan nombre a varias provincias y poblaciones de la región interandina.

Otros Sitios Interesantes

- **Guayllabamba**

Es famoso por sus comidas típicas, el zoológico, sus frutales y su clima cálido.

- **Mindo**

[2] http://www.codeso.com/TurismoPichincha.html

Es un pueblo hermoso y turístico. Cerca de Mindo se encuentra el Bosque Protector Mindo-Nambillo donde existen diferentes posibilidades de aventuras en los ríos así como otras ofertas turísticas.

- **Mitad del Mundo**

La ciudad de la mitad del mundo está construida en la latitud 0 cero grados y queda a media hora de distancia desde el centro de Quito.

- **Papallacta**

Este pueblo es visitado por sus piscinas termales, sus recursos naturales y sus comidas típicas. Papallacta pertenece a la provincia del Napo y a solamente una hora de distancia con buses interprovinciales o con carro propio desde Quito.

- **El Quinche**

Es famoso por el Santuario con la Virgen del Quinche, visitado en romerías en el mes de Noviembre.

- **Sangolqui**

Sangolquí es la cabecera del cantón Rumiñahui en el sur oriente de Quito, y es conocido por sus comidas típicas y su ambiente natural.

Micro

La parroquia de Pifo cuenta con un importante patrimonio histórico, cultural y natural, que constituye una interesante oferta para el turismo local que puede generar un importante ingreso económico e impulsa la creación de empleos en el sector de servicios y ayuda al desarrollo parroquial.

Para desarrollar la actividad turística en Pifo, será necesario consolidar la infraestructura y planta turística de servicios como: carreteras, hoteles, restaurantes y centros recreativos, lo que le permitirá competir con los demás sitios de turismo en el país.

Alternativas para el desarrollo socio-económico, con mayor insistencia se orientan a la ejecución de actividades interdisciplinarias como el turismo rural: agroturismo, turismo deportivo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo científico y

ecoturismo, en el que intervendrán los componentes natural, cultural, científico y técnico.

Esta competitividad obliga al reforzamiento de la eficiencia y la calidad en el servicio, en la estructura diversificada de la oferta turística y en la calidez de la atención a los visitantes lo que se logrará promoviendo la coordinación, integración y desarrollo de las capacidades existentes en las instituciones públicas, privadas y sociales para prestar los servicios de formación y capacitación turística integral; de tal manera que se obtenga la optimización en el uso de los recursos y una mayor y mejor capacidad de respuesta a las necesidades que plantea el sector turismo. Todo esto unido a las políticas del Gobierno central y Municipio, contribuyen como un factor decisivo en la producción, productividad y competitividad.

Con estas características será posible ir más allá del entorno nacional, promocionando a la parroquia de Pifo en los mercados internacionales.

La Junta Parroquial promoverá las actividades turísticas con respeto al entorno social, cultural y natural de Pifo, tomando como base los planes y normas que dicten en ese sentido el Ministerio de Medio Ambiente y Turismo, en la óptica de un desarrollo parroquial armónico y equilibrado.

Con el propósito de fortalecer la promoción y desarrollo del sector turístico, es necesario hacer un levantamiento de atractivos turísticos y mejorar sustancialmente las condiciones tecnológicas, mediante el desarrollo de modernos sistemas informáticos de información y del uso intensivo de las redes de información internacional, en el marco de la cada vez más exigente, globalización.

El turismo constituye una de las actividades que, desarrolladas adecuadamente en la parroquia, incidiría positivamente en el desarrollo socio-económico de Pifo, al multiplicar diferentes actividades de servicios, comercio menor, ingreso de divisas, intercambio cultural.

Pifo tiene como recursos naturales todo un conjunto de formaciones físicas y biológicas que tienen un valor universal, y que los recursos naturales son fuente de vida; por lo que, deben ser protegidos, a fin de que las personas usen y aprovechen adecuadamente el medio ambiente, como factor que ayude al desarrollo y reactivación de la parroquia, con programas sostenibles e integrales.

Como recursos culturales, la parroquia cuenta con un conjunto de manifestaciones y creaciones culturales, producto del proceso histórico, social, económico y político. Estas creaciones la distinguen de las demás parroquias y le dan su sentido de identidad.

En Pifo existe material cultural como fragmentos de cerámica y lítica, evidencias que se encuentran en la superficie y corresponden a períodos prehispánicos; las haciendas del sector muestran un conjunto de características arquitectónicas patrimoniales. Se celebra una fiesta de carácter religioso que se llama de San Sebastián de Pifo; los tradicionales toros de pueblo; ferias agrícolas y ganaderas; elaboración de artesanías; actividades complementadas con gastronomía de la zona. Además cuenta con conjuntos arquitectónicos tradicionales como la iglesia central.

La Junta Parroquial se encargará de iniciar un compromiso de modernización de la actividad turística a través del desarrollo de servicios integrados en la promoción, el alojamiento, la alimentación y las de utilidad complementaria, con el objeto de incidir en el desarrollo turístico. Las instituciones del Gobierno y Municipio serán quienes promuevan el fomento de los principales sitios turísticos.[3]

1.8.1 Marco Conceptual

1 **Atractivo turístico**: Cualquier elemento que pueda inducir a un turista a que visite un determinado lugar.

2 **Competencia:** Rivalidad entre las empresas que desean obtener mayor ganancia en un mismo mercado.

3 **Demanda Turística:** Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (el público) requiere de operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

4 **Divisas:** Se refiere a toda moneda utilizada en una región o país ajeno a su lugar de origen.

5 **Ecoturismo:** Modalidad del turismo, que se caracteriza por el interés de visitar destinos donde las bellezas naturales son el atractivo más fuerte.

---

[3] http://www.fortunecity.es/paralelas/musical/16/menu8/menu8b.html

6 **Guía De Turismo:** Persona facultada legalmente para acompañar, dirigir, orientar e informar al turista a lo largo de los itinerarios.

7 **Guía Turística:** Fascículo, libro u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial suministrar información histórica, artística y de servicios de un lugar, al turista.

8 **Infraestructura:** Todas las facilidades que se requieren antes del desarrollo del potencial turístico de una región. Ejemplo Teléfono, aguas blancas y negras, aeropuertos, etc.

9 **Marketing Turístico**: Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor. Constituye la política y la demanda con la preparación de producto turístico para su venta con la distribución del mismo, con la satisfacción óptima de necesidades de segmentos determinados de consumidores.

10 Oferta Turística: conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (patrimonio industria y propaganda). en estas combinaciones de prestaciones materiales y de servicios, éstos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

11 Patrimonio Turístico: Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan.

12 Planificación Turística: Determinación anticipada de los sucesos turísticos por medio de la disposición de ideas y acciones, encaminadas a lograr en forma concatenada metas señaladas de antemano dentro de un proceso racional y coherente.

13 Planta Turística: Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios turísticos; comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

14 **Producto Turístico:** Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico.

15 **Recurso Turístico**: Son los recursos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes.

16 **Refugios De Vida Silvestre**: Son áreas que requieren la intervención activa con fines de manejo, para garantizar el mantenimiento de los habitats, así como para satisfacer las necesidades particulares de determinadas especies, como sitios de reproducción y otros sitios críticos para recuperar o mantener las poblaciones de tales especies. Se permiten el uso público, la intervención y el manejo del hábitat para garantizar el mantenimiento de sus características, favorecer el incremento de la población o satisfacer las necesidades de determinadas especies. Está autorizada la caza de especies sólo en el caso de regulación de la población, de acuerdo a los objetivos del área y bajo estricta reglamentación y expresa autorización. Se excluyen los usos y el aprovechamiento comercial de recursos naturales que puedan provocar alteraciones significativas del hábitat y el incumplimiento de sus objetivos.

17 **Servicio:** Organización y personal destinados a cuidar intereses y satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Es el conjunto de acciones establecidas para incrementar la satisfacción del cliente unido a los beneficios del producto.

18 **Turismo**: Es una actividad que se debe al desplazamiento entre una comunidad emisora a una receptora, por mas de veinticuatro horas o menos de 365 días y con un motivo no lucrativo.

19 **Turista**: Es un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

20 **Visitante**: Toda persona que viaja por un período no superior a doce meses a un lugar distinto a aquel en el que tiene su residencia, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

1.9 Metodología a aplicar

1.9.1 Tipos de Investigación

	TIPO DE INVESTIGACIÓN
Problema Insuficiente promoción e información turística.	Descriptiva Cuantitativa
Causa 1 Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	Descriptiva Cuantitativa
Causa 2 No se cuenta con personal capacitado para atender la demanda turística	Descriptiva Cuantitativa
Causa 3 Baja inversión en infraestructura turística	Descriptiva Cuantitativa Cualitativa

1.9.2 Métodos de Investigación

	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN
Problema Insuficiente promoción e información turística.	Deductivo Analítico
Causa 1 Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	Inductivo Analítico
Causa 2 No se cuenta con personal capacitado para atender la demanda turística	Inductivo Analítico
Causa 3 Baja inversión en infraestructura turística	Inductivo Analítico

1.9.3 Técnicas de Investigación

	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
Problema Insuficiente promoción e información turística.	Observación
Causa 1 Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	Entrevista
Causa 2 No se cuenta con personal capacitado para atender la demanda turística	Observación
Causa 3 Baja inversión en infraestructura turística	Encuestas

1.9.4 Modelo de Ficha de Registro de Inventario.

En las técnicas de investigación se utilizaron las siguientes fichas proporcionadas por el MINTUR y avaladas por la OEA:

1.9.4.1 Ficha de atractivo:

<table>
<tr><td colspan="3">FICHA DE ATRACTIVOS</td></tr>
<tr><td>1.NOMBRE</td><td>2. FICHA N</td><td>3.FICHAS ASOCIADAS</td></tr>
<tr><td>4. CATEGORÍA</td><td colspan="2">5. TIPO Y SUBTIPO
TIPO:
SUBTIPO:</td></tr>
<tr><td colspan="3">6.UBICACIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">7. ACCESO
8.Desde 9.Vía, tipo y estado 10 Medio de acceso 11 Tiempo</td></tr>
<tr><td colspan="3">12. DESCRIPCIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="3">13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</td></tr>
<tr><td>14. HORARIOS</td><td>15. PRECIOS</td><td>16. PROPIETARIO

17. PERSONA CONTACTO</td></tr>
<tr><td colspan="3">18. TIPO DE PÚBLICO
Semana
Fin de semana
Feriados Largos
Vacaciones</td></tr>
<tr><td>19. EMPRESAS QUE OPERAN</td><td>20 ACTIVIDAD</td><td>21 CÓDIGO</td></tr>
<tr><td colspan="3">22. SERVICIOS
o Estacionamiento
o Comida
o Alojamiento
o Visitas guiadas
o Talleres
o Rutas autoguiadas
o Señalización para llegar
o Señalización interna
o Limpieza y recogida de basura
o Servicios higiénicos
o Seguridad y mantenimiento
o Alquiler de material para realizar actividades
o venta de souvenir, información sobre el recurso
o Folletos
o Teléfono publico
o Pago con tarjetas de crédito
o otros</td></tr>
<tr><td colspan="3">23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</td></tr>
<tr><td colspan="3">24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</td></tr>
<tr><td colspan="3">25. OBSERVACIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">26. Realizada Por:</td><td>Fecha:</td></tr>
</table>

1.9.4.2 Ficha de Núcleo Poblacional

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL		
1. LOCALIDAD	**2. FICHA N**	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. ACCESO **5. Desde:** **6. Vía, tipo y estado** **7. tiempo y medio de transporte**		
8. BREVE DESCRIPCIÓN		
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	**Tipo**	**Subtipo**
R. Naturales		
R. Culturales		
R. Etnográficos		
Realizaciones Técnicas		
Realizaciones Programadas		
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES ○ **Transporte públicos** ○ **Gasolineras** ○ **Teléfono Público** ○ **Oficina bancaria** ○ **Cajero** ○ **Centro de salud** ○ **Primeros auxilios** ○ **Farmacia** ○ **Seguridad** ○ **Centros escolares** ○ **Centros culturales** ○ **Centros deportivos** ○ **Espacios recreativos** ○ **Otros**		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO		
Alojamiento	**N**	**Tipo**
Restaurantes	**N**	**Tipo**
Otros lugares de comida	**N**	**Tipo**
Empresas de actividades recreativas	**N**	**Tipo**
Empresas receptivas	**N**	**Tipo**
Otros	**N**	**Tipo**
12. OFICINA ITUR MAS PRÓXIMA: **Fechas de apertura:** **Horarios:**		
13. PRINCIPALES PROBLEMAS ○ **Señalización** ○ **Accesos** ○ **Información** ○ **Conservación urbana** ○ **Saneamiento** ○ **Circulación** ○ **Limpieza y recogida de basura** ○ **Seguridad** ○ **otros**		
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS		
15. Realizado por:		**Fecha:**

1.9.4.3 Ficha de Empresas de Alojamiento

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	**2. FICHA N**	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO	**5. Email**	**6. WEB**
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	**Núcleo poblacional**	**carretera**
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	**Edificio Tradicional**	**Edificio Moderno**
11 CAPACIDAD		
Con baño	**con duchas**	**sin baño**
Dobles		
Otras (múltiples)		
Total Habitaciones		
Total camas		
OTROS		
Capacidad Restaurante		
Capacidad salones		

12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- **Restaurante con especialidades locales**
- **Restaurante cocina internacional**
- **Bar**
- **Comida para llevar**
- **Vehículos/ para el traslado de pasajeros**
- **Estacionamiento**
- **Jardines/ terrazas para uso de clientes**
- **Actividades recreativas para clientes con medios propios**
- **Actividades para clientes subcontratados a otras empresas**
- **Piscina**
- **Salones para reuniones**
- **Juegos para niños**
- **Primeros auxilios**
- **Formas de pago**
- **Otros**

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:

14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE

- **Fines de semana**
- **Semana**
- **Semana Santa**
- **Feriados**
- **Navidad**
- **Verano**

15. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES

16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA

17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- **Boca oreja**
- **A través de operadora(cuáles)**
- **De los hoteles y hosterías**
- **Promoción directa propia**
- **Pagina Web**
- **Reserva con anticipación**
- **Reserva teléfono Internet**
- **Otros**
- **Medios de transporte**

18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO

- **Todo el año**
- **temporal (indicar época)**

19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES
(permisos, registros y licencias)

20. Realizada por:	**Fecha:**

1.9.4.4 Ficha de Empresas de Gastronomía

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	**2. FICHA N**	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO	**5. Email**	**6. WEB**
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	**Núcleo poblacional**	**carretera**
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	**Edificio Tradicional**	**Edificio Moderno**
11 CAPACIDAD **capacidad del Restaurante** **capacidad de los Salomes** **Capacidad de Terrazas**		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS o **Restaurante con especialidades locales** o **Restaurante cocina internacional** o **Bar** o **Comida para llevar** o **Vehículos/ para el traslado de pasajeros** o **Estacionamiento** o **Jardines/ terrazas para uso de clientes** o **Actividades recreativas para clientes con medios propios** o **Actividades para clientes subcontratados a otras empresas** o **Piscina** o **Salones para reuniones** o **Juegos para niños** o **Primeros auxilios** o **Formas de pago** o **Otros**		
13. PERSONAL Y CAPACIDAD		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES o **Fines de semana** o **Semana** o **Semana Santa** o **Feriados** o **Navidad** o **Verano**		
15.CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES: o **Boca oreja** o **A través de operadora(cuáles)** o **De los hoteles y hosterías** o **Promoción directa propia** o **Pagina Web** o **Reserva con anticipación** o **Reserva teléfono Internet** o **Otros** o **Medios de transporte**		
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO o **Todo el año** o **temporal (indicar época)**		
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES **(permisos, registros y licencias)**		
18. Ficha realizada por:	**19. Fecha:**	

1.9.4.5 Ficha de Empresas de Actividades

FICHAS DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE Y DIRECCCIÓN	**2. FICHA N**	**3.FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO	**5. e-mail**	**6.Web**
7. OPERA DESDE:		
8. LUGARES QUE OPERAN EN EL ÁREA:		
9. ACTIVIDADES QUE OFRECE.		
10. MEDIOS PROPIOS QUE DISPONE: o **Equipos propios para las actividades** o **Oficina** o **Vehículo para traslado y consumo de alimentos** o **Equipo de primeros auxilios** o **Radio** o **Otros** o **Formas de pago**		
11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTÁNEA		
12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN		
13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES o **Fin de semana** o **Semana** o **Semana Santa** o **Feriados** o **Navidad** o **Verano**		
14. NÚMERO ESTIMADO DE CLIENTES/ Año		
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES: o **Boca oreja** o **A través de operadora(cuáles)** o **De los hoteles y hosterías** o **Promoción directa propia** o **Pagina Web** o **Reserva con anticipación** o **Reserva teléfono Internet** o **Otros** o **Medios de transporte**		

1.9.4.6 Cálculo Muestral (Encuesta)

Para poblaciones infinitas (más de 100 mil habitantes).

$$n = \frac{Z^2 * PQ}{E^2}$$

Para poblaciones finitas (menos de 100 mil habitantes)

$$n = \frac{Z^2 * PQN}{E^2(N-1) + Z^2 * PQ}$$

Nomenclatura:

n= número de elementos de la muestra

N= número de elementos de la población o universo.

P/Q= probabilidades con las que se presenta un fenómeno.

Z= valor critico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor zeta 1.96 luego Z=1.96.

E: margen de error permitido (determinado por el responsable del estudio).

$$n = \frac{Z^2 * PQ}{E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5}{0,0025}$$

$$n = 768,32$$

$$n = \frac{Z^2 * PQN}{E^2 (N-1) + Z^2 * PQ}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 \times 0,5 \times 16645}{0,05^2 (16645-1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5 \times 16645}{0,0025 (16644) + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{15985,858}{41,61 + 0,9604}$$

$$n = \frac{15986}{142,5704}$$

$$n = 112,13$$

1.9.4.7 Modelo Encuesta

ENCUESTA CON FINES ACADÉMICOS
INSTITUTO TECNOLÓGICO INERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO
ITHI

#:……

Sexo: M ☐ F ☐
Edad:……
Profesión:……
Nacionalidad:……

1.- ¿Cree usted que la Parroquia de Pifo puede ser un destino turístico de pernoctación?

Sí ☐ No ☐
¿Por qué?……

2.- ¿Cree usted que la Parroquia de Pifo está preparada para tener gran afluencia turística?

Sí ☐ No ☐
¿Por qué?……

3.- ¿Cómo considera la calidad de la infraestructura turística existente en la Parroquia de Pifo?

Excelente ☐ Buena ☐ Mala ☐

4.- ¿Como calificaría la atención que se da a los clientes en los diferentes servicios turísticos de la parroquia de Pifo?

Bueno ☐ Malo ☐
¿Por qué?……

5.- ¿Conoce usted de planes de inversión que el Estado fomenta para la creación de infraestructura turística?

Sí ☐ No ☐

6.- ¿Si tuviera la oportunidad de acceder a planes de financiamiento para Turismo invertiría?

Sí ☐ No ☐
¿Por qué?……

1.9.4.8 Modelo Entrevista

ENTREVISTA CON FINES ACADÉMICOS
INSTITUTO TECNOLÓGICO INERNACIONAL DE HOTELERIA Y TURISMO
ITHI

Nombre:.....
Cargo:.....

Edad: 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ 56 en adelante ☐

Instrucción: Primaria ☐ Secuadaria ☐ Superior ☐

1.- ¿Qué funciones principales usted cumple en la Junta Parroquial de Pifo?

.....

2.- ¿Cree usted que la parroquia de Pifo es considerado como destino Turístico?

.....

3.- ¿La infraestructura de la parroquia de Pifo en lo que respecta a hotelería y restaurante garantiza una Buena estadía para el visitante?

.....

4.- ¿De que orden son las vías para visitar los atractivos turisticos que existen en la parroquia de Pifo?

.....

5.- ¿Los costos para visitar los lugares turísticos de la parroquia de Pifo son?
Altos ☐ Medios ☐ Bajos ☐

6.- ¿Con qué oferta turística cuenta la parroquia de Pifo?

.....

7.- ¿Qué políticas de promoción y publicidad de los lugares turísticos de la parroquia de Pifo se aplican?

.....

8.- ¿Con que presupuesto cuentan para la promoción turística de la parroquia de Pifo?

.....

CAPÍTULO II

DESARROLLO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco Metodológico

En el presente trabajo se ha recopilado información muy útil de acuerdo a los tipos, métodos y técnicas que se han mencionado anteriormente en donde se tratan temas de importancia con el fin de desarrollar la investigación.

2.1.1 Insuficiente promoción e información turística

Promoción turística de Quito

Tal como ya se ha señalado en el apartado sobre la Evaluación de la Implantación del PlanQ, el Macroprograma de Mercadeo y Promoción ha implantado todas las acciones previstas en el mismo e incluso se ha visto ampliado con nuevas acciones. Algunos datos significativos de esta implantación son los siguientes:

Señalización Turística

- Instalación de 22 multipaneles en el Centro Histórico y de 16 en La Mariscal.
- Instalación de 69 señalizaciones in situ en edificios del Centro Histórico.

Oficinas de Información:

- En la actualidad la ciudad cuenta con 7 oficinas.
- A lo largo de estos años, las Oficinas de Turismo de Quito han atendido un total de 118.552 turistas internacionales y 53.991 turistas nacionales.

Press Trips y Fam Trips:

- Desde 2004 a 2007, realización de 97 viajes de familiarización para operadores turísticos (fam trips), en colaboración con el FMPT, de los países siguientes: Alemania, Francia, Reino Unido, Argentina, Chile, Estados Unidos, Canadá, España, México, etc.
- Realización de 65 viajes de familiarización para prensa (press trips), la mayoría de ellos coordinados también por el FMPT, de medios impresos y audiovisuales de España, Estados Unidos, Venezuela, Francia, Italia, Perú, China, México, Alemania, Rusia, Uruguay, Reino Unido, Canadá, Colombia, etc.

En lo referente a materiales de soporte a las acciones, la CMT ha desplegado un importante esfuerzo de creación y distribución que ha contribuido a la mejora, reconocida por el trade, de la información sobre la ciudad y a una amplia difusión a nivel de consumidor en ferias y, muy especialmente, en las oficinas de información turística. Asimismo, se ha ido efectuando una ampliación de los materiales en función de la evolución del producto turístico de la ciudad[4].

Turismo en Pifo: Una Opción Para El Progreso

La actividad turística repercute fuertemente en la economía, pues su impacto se traduce directamente en ingreso de divisas, creación de empleos y desarrollo parroquial. A nivel parroquial los ingresos por turismo son mínimos; se pudiera ubicar por primera vez como la fuente más importante de divisas, siempre y cuando exista una buena promoción turística para hacer de la parroquia de Pifo un atractivo de alto renombre a nivel provincial y a nivel país.

Investigación Realizada

Para conocer sobre las razones por las que la promoción en información turística de la parroquia de Pifo son insuficientes, se utilizó los diferentes tipos, métodos y técnicas de investigación que se detallan en la matriz de investigación.

Para dicha investigación se buscó información en el Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha, Quito Turismo y la Junta Parroquial de Pifo con la finalidad de encontrar las razones del problema de la escasa promoción e información turística.

El Ministerio de Turismo (MINTUR) al ser el órgano rector de la actividad turística ecuatoriana ejerce sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control pero su objetivo es el desarrollo del turismo en el Ecuador con efectividad, brindando calidad y calidez en los bienes y servicios del sector[5].

El gobierno Provincial de Pichincha es una institución del gobierno seccional que a través de la Dirección de Educación, Cultura, Deportes y Turismo propone construir y trabajar en torno a una visión provincial de cultura y a la creación de escenarios,

[4] PLAN Q 2012 Fases 0 - I – II
[5] http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=34

que permitan consolidar la activad cultural desde la vivencia cotidiana y fortalecer expresiones culturales[6].

Quito Turismo es una institución sólida y eficiente, a la vanguardia de las nuevas tendencias en promoción y desarrollo de productos turísticos, con plenas competencias en el desarrollo de la actividad turística y con financiamiento adecuado, acorde a la importancia de su actividad y participación entre todos los actores del sector.

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, se dedica a mejorar la experiencia del visitante en nuestra capital, así como a hacer del turismo una industria primaria en la región, para generar plazas de trabajo y bienestar para cientos de miles de personas. Como misión de Quito Turismo: es desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, así como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras[7].

La Junta Parroquial de Pifo tiene como reto buscar los mecanismos que garanticen la continuidad del proceso, pues solo el establecimiento de normas legales y la ley de las Juntas Parroquiales no bastan, pues ellas pueden ser transgredidas por las autoridades locales, municipales, gubernamentales y empresa privada.

En el proceso de implementación de los acuerdos, el esfuerzo estará basado en la capacitación de líderes locales, miembros de la comunidad, buscando el empoderamiento de la visión compartida para el cumplimiento de los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Así mismo la búsqueda del compromiso y cambio de conducta de los actores locales y del estilo de gestión de los que hacen la Junta Parroquial, el Municipio, el Consejo Provincial.

Además de lo ya mencionado, la Junta Parroquial de Pifo tiene como una de sus atribuciones: coordinar con los consejos provinciales, consejos municipales y demás entidades estatales y organizaciones no gubernamentales todo lo relacionado con el

---

[6] http://iech.tripod.com/pichincha.htm
[7] Ordenanza Municipal 309

medio ambiente, los recursos naturales, el desarrollo turístico y la cultura popular de la parroquia y los problemas sociales de sus habitantes[8].

2.1.2 Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico

Al abordar el tema del turismo, cabe recordar que existen razones positivas y normativas que aconsejan analizar las instituciones que, aparte del mercado, gobiernan y organizan las relaciones económicas entre los agentes. Las razones derivan directamente de la naturaleza de la economía política; y, el turismo no es una excepción.

Una institución es una organización aceptada por los miembros de una sociedad que tiene el poder de reglamentar el comportamiento de los agentes económicos. En efecto, las relaciones económicas originadas en el turismo surgen de otras que frecuentemente requieren ser normadas por un conjunto de reglas que emanen de una autoridad pública, central o local, con capacidad de tornar obligatorias dichas normas.

Por lo demás, el desarrollo turístico de un país demanda planificación, si se desea alcanzar metas preestablecidas y hacerlo sostenible y sustentable. Ese desarrollo no puede ser óptimo si es dejado solamente en manos de empresarios del sector privado, pues sus motivaciones principales tienen relación con la maximización de sus ganancias en un horizonte temporal de corto plazo, como se ha verificado al menos en el caso ecuatoriano.

Por otra parte, si el desarrollo del turismo es dominado exclusivamente por el sector público, es probable que surjan una serie de ineficiencias que impidan el crecimiento armónico del sector; de ahí la necesidad de encontrar un *modus operandi* que permita conjugar los intereses del sector privado, con aquellos del sector comunitario y el colectivo, en general. Si se concibe al turismo como un sector heterogéneo, aunque con características sistémicas, es posible canalizar los esfuerzos y lograr su crecimiento equilibrado.

En efecto, la producción turística privada es un subconjunto de la oferta turística total: abastece bienes y servicios que lógicamente se transan en el mercado y que tienen precios y tarifas establecidos en función de las características y las condiciones existentes en un país (competencia, oligopolios, acuerdos y franquicias, etc.). No obstante, la oferta turística es una "canasta" de bienes y servicios constituida por

[8] Entrevista Presidente Junta Parroquial de Pifo, Ing. Daniel Salazar.

bienes privados: (alojamiento, alimentación, trasporte, etc.) y bienes públicos (playas, montañas, biodiversidad marina, patrimonio cultural, etc.) que por su naturaleza generan eventos económicos de "no mercado", por lo que es indispensable la participación e intervención pro activa del planificador público (*decision maker*)[9].

Es necesario reiterar las razones normativas por las que el Estado debe intervenir en el sistema económico. Como se conoce, los tres motivos fundamentales que conducen a que las autoridades públicas intervengan en el sistema económico tienen relación con la asignación de recursos (cuando el mercado no tiene la capacidad autónoma de alcanzar los propios objetivos de eficiencia), por razones redistributivas (se supone, de acuerdo a criterios de equidad) y para estabilizar y mantener un nivel adecuado de la demanda agregada (cuando hay problemas de esta naturaleza).

En el ámbito turístico, si bien las medidas redistributivas (en particular, a nivel local) y estabilizadoras (para reducir problemas relacionados con la estacionalidad característica de esa actividad) pueden ser relevantes, la intervención del sector público cobra máxima importancia en lo que se refiere a la asignación de recursos, precisamente por la naturaleza misma del hecho turístico; es decir, i. porque involucra, por su especificidad, la coordinación de empresas y mercados diferentes; ii. Porque el sector no internaliza las frecuentes "externalidades" relacionadas con esa actividad o por la presencia de grandes estructuras monopólicas que generan distorsiones en los precios y tarifas aplicadas, iii. Porque la canasta turística incorpora bienes públicos y de propiedad comunitaria, y iv. porque, en última instancia, el turismo no involucra exclusivamente bienes y servicios y agentes económicos sino también aspectos sociales de gran importancia.

Obviamente, existen "reglas" (éticas y legales) de aplicación y observación universales que norman la actividad turística; sin embargo, cada país ha creado su institucionalidad y sus mecanismos de tipo jurídico administrativo que enmarcan las dinámicas específicas de la actividad de los agentes privados, comunitarios y de las autoridades turísticas.

En Ecuador, la Ley de Turismo en su capítulo IV establece que el "...Ministerio de Turismo es el órgano rector de la actividad turística ecuatoriana"[10], aunque se ha llevado adelante un modelo de descentralización de las competencias turísticas involucrando a los gobiernos locales y otras entidades para fomentar su desarrollo y autogestión, propender al conocimiento y difusión de sus atractivos turísticos y mejorar la calidad de los destinos.

---

[9] Costa, P. y Manente, M., *Economía del turismo,* TUP, Touring Club Italiano, Milán, 2000, pp. 207- 215

[10] Registro Oficial n. 733 – Suplemento, viernes 27 de diciembre de 2002

El turismo en la coyuntura actual es uno de los ejes fundamentales de la reactivación económica del Ecuador y al ser una política de Estado, se ratifica con ello su importancia para el desarrollo del país.

Teniendo en cuenta que para el año 2003 constituyó la tercera actividad en la balanza de bienes y servicios del país y que, por otro lado, Ecuador tiene enormes potencialidades naturales y culturales para el desarrollo turístico, esta actividad apunta a convertirse en los próximos años en la segunda fuente de ingresos y a sentar las bases para transformarse en la primera en la próxima década.

Efectivamente, después del petróleo y el banano, el turismo aporta a la economía ecuatoriana alrededor de 680 millones de dólares por año (2003) y representa en promedio (2000-2003) el 4.2% del PIB, lo que lo ubica como uno de los principales sectores productivos del país. Ha demostrado gran capacidad de reacción frente a las fases de auge y recesión experimentadas por la economía ecuatoriana y por cada dólar que se genera en la economía, 10 centavos tienen alguna vinculación con el turismo. Cabe recordar, además, que un incremento de un dólar en la demanda turística, genera un crecimiento de la producción total del país (PIB) de 2,75 dólares, lo que refleja la capacidad multiplicativa que tiene dicha actividad, así como sus elevados encadenamientos sectoriales.

Ecuador es uno de los 17 países mega diversos del mundo; posee una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño y ubicado estratégicamente, lo cual hace que tenga condiciones excepcionales para proyectar un desarrollo sostenible en el turismo, como una de sus áreas prioritarias. De hecho, especialistas afirman que Ecuador es el país más biodiverso del mundo por kilómetro cuadrado, pues el 11% de la biodiversidad del planeta está en Ecuador. Solamente Mindo, en sus 27 mil hectáreas tiene 450 especies de aves, esto es, un número superior que las que habitan en EEUU y Europa (300 variedades de aves).

El turismo, por otro lado, es una actividad altamente generadora de empleo y de redistribución de la riqueza, es integradora y complementaria, con múltiples actividades como la artesanía, la cultura, la cooperación y la integración de los pueblos.

Por cada empleo directo que se genera en turismo, se crean alrededor de 3 puestos de empleo indirecto. De hecho, el turismo se constituye así en una estrategia importantísima para la superación de la pobreza y el desarrollo sostenible del país.

Investigación Realizada

Para conocer sobre las razones del desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico se utilizaron los diferentes tipos, métodos y técnicas de investigación que se detallan en la matriz de investigación.

Se buscó información en el Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha, Quito Turismo y la Junta Parroquial de Pifo.

2.1.3 No se cuenta con personal capacitado cara atender la demanda turística.

La Capacitación en la Actividad Turística

La actividad turística en su dimensión productiva, se caracteriza por la alta proporción de recursos humanos que intervienen en el proceso de producción. Más aún, esta proporción varía directamente con la especialización del servicio. Por su parte, el grado de satisfacción de la experiencia turística está fuertemente influenciado por la presencia de una mayor cantidad de recursos humanos competentes en sus funciones.

Es posible afirmar entonces, que la empresa turística se caracteriza por la importancia de la personalización del servicio; es decir, la relación persona-persona, siendo la eficiencia en el ámbito funcional y la empatía en el ámbito relacional, elementos claves en la mejora de calidad de los servicios turísticos. La prestación de servicios turísticos se caracteriza asimismo, por la simultaneidad entre la producción y el consumo, factor que impide implementar medidas de control de calidad para rechazar aquella parte de la prestación (producción) que presenta problemas, como sucede con los productos manufacturados. Por lo tanto, en este contexto, sólo procede implementar un sistema de gestión de los procesos productivos, que asegure la menor ocurrencia de errores y/o fallas (sistema de aseguramiento de calidad), en el cual los recursos humanos juegan un rol fundamental.

Para abordar la problemática de la simultaneidad producción-consumo en el turismo, se considera relevante la participación del personal y muy especialmente, la del "personal de contacto". Si bien es cierto, la calidad de la infraestructura, instalaciones e insumos, juegan también un rol de importancia, éstas pueden ser previstas, chequeadas y/o controladas con antelación, siendo los errores o falta de pericia del

personal de contacto, los que tienen una mayor incidencia en la pérdida de calidad del servicio/producto.

En razón de las consideraciones anteriores, el tema de la capacitación del personal que se desempeña en los distintos niveles de las empresas turísticas, cobra particular importancia.

Cabe tener en cuenta que, al ser el turismo una actividad transversal, a diferencia de los denominados "sectores productivos", el concepto de empresa turística cubre una amplia gama de empresas como por ejemplo: establecimientos de alojamiento, cualquiera sea su categoría, restaurantes y similares: agencias de viajes, empresas de transporte, centros artesanales etc. Se puede imaginar entonces la amplia gama de oficios que intervienen en cada una de estas empresas. Así por ejemplo, aparte de los cargos relativos a la gestión propiamente tal, un hotel empleará camareras, personal de cocina, recepcionistas y otros; un restaurante requerirá de chefs, mozos, ayudantes de cocina etc.; una agencia empleará personal técnico capacitado en reservas de pasajes, en ventas etc.; una empresa que organice circuitos turísticos requerirá de guías locales, etc.

En cada destino turístico está presente la amplia gama de empresas o prestaciones turísticas recientemente descritas. Todas ellas requieren de personal calificado que haga eficiente y grata la experiencia del visitante. Algunos destinos tendrán sus propias particularidades lo que hará necesaria la preparación de personal especializado en temáticas muy específicas, como es el caso de guías turísticos locales, cocina criolla, artesanía típica, técnicos en deportes de aventura, etc.

Por lo anterior, el trabajo focalizado en un destino por medio de un plan integral, por ejemplo, exigirá la definición de un programa de capacitación de recursos humanos que considere los aspectos a que nos hemos referido.

En general, la capacitación puede darse en dos áreas: Gestión empresarial y Área de Especialidades Técnicas. A su vez, en estas dos áreas la capacitación podrá ser de tipo general o específica, es decir, con directa aplicación a la actividad turística.

La capacitación de los recursos humanos en todos los campos mencionados anteriormente es una necesidad a la hora de pretender planificar y desarrollar una actividad exitosa y sustentable; es justamente la falta de formación o de una capacitación insuficiente una de las consecuencias de la improvisación, que ha conducido al fracaso de muchos destinos y emprendimientos turísticos. Por otro lado, si bien existen numerosos institutos terciarios y universidades de los que egresan guías, técnicos y licenciados en turismo y hotelería, muchas veces su formación no responde a las necesidades actuales y reales en materia de planificación del turismo

sostenible ni del turismo especializado (ecoturismo, turismo de aventura responsable, turismo científico, turismo rural y etnoturismo), debido a ello nació la CAPTUR que fue creada como una iniciativa de los empresarios privados, mediante la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el Registro Oficial Nº 689 de 5 de Mayo de 1995 con la misión de representar, respaldar y fortalecer a sus afiliados, mediante la prestación de servicios especializados que contribuyan, con calidad, al desarrollo del sector, especialmente los relacionados a la promoción de la provincia, en beneficio del turista y del país.

Sus estatutos fueron aprobados mediante Acuerdo Ministerial 021 de 18 de julio de 1996.

La Cámara de Turismo de Pichincha es el máximo representante de la actividad turística privada de la provincia y agrupa a todas las empresas pertenecientes a las cinco actividades turísticas reconocidas por la Ley Especial de Desarrollo Turístico y la Ley de Cámaras de Turismo y su Federación Nacional. Esto es:

- **a)** El servicio de hotelería, hospedaje y afines realizado por establecimientos hoteleros debidamente registrados por el Ministerio de Turismo;
- **b)** Los servicios de operadores de agencias de viajes, prestados por empresas registradas por el Ministerio de Turismo;
- **c)** El servicio de transporte aéreo, terrestre, marítimo y fluvial, nacional e internacional, realizados por las empresas debidamente registradas o reconocidas por el Ministerio del ramo,
- **d)** El servicio de alimentos y bebidas, prestado por los establecimientos registrados por el Ministerio de Turismo; y
- **e)** Los demás servicios considerados turísticos por la Ley de Turismo y sus normas reglamentarias de aplicación.

Nadie puede negar la relevancia que ha cobrado el turismo en nuestro país en los últimos años. Podemos notar estos cambios a través del tratamiento especial que le otorgan al sector, tanto el gobierno nacional como el de las diferentes provincias, por un lado y la apreciación de la opinión pública y la prensa, por el otro.

Hoy en día, el turismo ocupa un lugar destacado entre las actividades productivas que generan empleos y divisas. Para el empresario, el crecimiento del sector turístico implica entre otras cosas, la adopción de nuevas tecnologías (TIC's), nuevas formas de gestión y un aumento progresivo en la cantidad de empleados para satisfacer las

demandas del mercado. La creciente importancia del capital humano, el avance tecnológico, la globalización de los mercados, la competitividad, la evolución del management y la necesidad de mejorar la rentabilidad, hacen que cada vez sea más necesaria la capacitación y desarrollo del personal en las empresas de turismo[11].

En otros sectores de nuestra economía desde hace algunos años las empresas de servicios, multinacionales en un comienzo y las pymes más tarde, realizan inversiones en el recurso de capacitación, privilegiando las habilidades de sus empleados para lograr la ejecución de sus proyectos, con el fin de obtener resultados concretos. Podemos ver en este caso la utilización de la capacitación como un factor estratégico, dado que la tecnología iguala las ofertas y el factor de diferenciación lo hacen la calidad del servicio y la imagen.

Es así como la capacitación se constituye en un factor fundamental para lograr la calidad de las personas, y justamente una variable imprescindible para el éxito de cualquier empresa es la calidad de las personas. La capacitación del personal en las empresas, consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, los conocimientos y las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo.

Si tenemos en cuenta que aprendizaje es igual a cambio de conducta, vemos a la capacitación como un medio para alcanzar los conocimientos y habilidades requeridos para realizar algún tipo de tarea específica, es decir que tiene influencia en la capacidad de trabajo y en la motivación de las personas. No olvidemos que la capacitación es una herramienta de gestión y como tal debe servir a la empresa para cumplir con sus objetivos y mantener la competitividad de sus empleados.

Por otra parte, las actividades de desarrollo, ayudan al individuo en el manejo de responsabilidades futuras, independientemente de las actuales. El desarrollo gerencial es una capacitación de naturaleza a largo plazo; su objetivo es desarrollar al empleado para algún puesto futuro en la organización o resolver algunos problemas puntuales de la empresa.

Cuando se aplican estos programas de capacitación y desarrollo se debe tener en cuenta la relación entre lo que la empresa necesita y lo que se va a enseñar; a su vez lo que se aprende debe trasladarse a la práctica y mantenerse en el tiempo, ya que se

---

[11] http://www.ccpalonline.org/index.php?option=com_content&view=article&id=93:capacitacion-y-desarrollo-del-personal-en-empresas-de-turismo&catid=42:prensa&Itemid=60

debe tener en cuenta que el objetivo del trabajo es resolver el problema concreto que se presenta en el mismo.

De esta forma, el proceso de capacitación y desarrollo se constituye en un proceso de cambio. Los empleados mediocres se transforman en trabajadores capaces y los trabajadores actuales se desarrollan, para cumplir nuevas responsabilidades. Si comprendemos que la clave de la rentabilidad es la satisfacción de los clientes, comprenderemos que para lograrlo se necesita la gente adecuada y bien formada.

Programa Nacional de Capacitación Turística

El Ministerio de Turismo del Ecuador presentó en el año 2009 el Programa Nacional de Capacitación Turística, PNCT, en eventos especiales que se desarrollan en Guayaquil, Quito y Cuenca.

Este Programa se constituye en una herramienta pionera que tiene como objetivo fortalecer al sector turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y de esa forma generando una mayor competitividad sistémica del sector.

El PNCT contempló una formación gratuita e integral mediante talleres, seminarios y conferencias a 10.000 personas vinculadas y con interés en el sector turístico como empresarios, administradores, profesionales del sector, personal operativo, prestadores de servicios en turismo comunitario, prestadores de servicios de comida típica, guías especializados y nativos, emprendedores turísticos, funcionarios públicos de gobiernos locales, jóvenes productivos y niños de educación básica.

El presupuesto total del PNCT alcanzó 1 millón 800 mil dólares, de los cuales 300 mil fueron invertidos en lo que va del año en promoción y capacitaciones piloto, mientras que el resto se ejecutó durante el 2010 para lograr el objetivo planteado.

El PNCT ha recogido sistemáticamente las necesidades de capacitación de los diferentes actores del sector turístico, se ha respaldado con la información de estudios desarrollados sobre el tema, en el país; como resultado de ello, ha generado 10 directrices, a través de las cuales se canalizará la Capacitación Turística del Ecuador y que son las siguientes:

1. Gestión de Calidad y Buenas prácticas de Turismo Sostenible.

2. Formador de Formadores

3. Competencias Laborales (Para personas con experiencia en el sector turístico, que laboran actualmente en el sector), basados en las siguientes competencias:

- Administrador de Empresas de Alojamiento
- Recepcionista Polivalente
- Camarera de pisos
- Administrador de empresas de Restaurante
- Mesero Polivalente
- Cocinero Polivalente
- Seguridad alimentaria para personal operativo
- Gerente de Operadora
- Conductor de transporte turístico
- Agente de ventas
- Hospitalidad

4. Jóvenes productivos y emprendedores dos segmentos: a) jóvenes -entre 17 a 29 años de edad- interesados en incursionar en el sector turístico; y b) jóvenes de educación media con especialidad en turismo así como jóvenes universitarios que cursan carreras profesionales relacionadas con turismo.

5. Hospitalidad y seguridad alimentaria para Negocios de Comidas Típicas (para personal operativo que labora en establecimientos turísticos de Comidas Típicas)

6. Turismo Comunitario (para personas involucradas en operaciones turísticas comunitarias).

7. Guías especializados y nativos (para guías turísticos interesados en especializarse o personas de comunidades interesadas en formarse como guías nativos)

8. Pequeños Turistas (para niños pertenecientes a escuelas de Educación básica)

9. Negocios Turísticos Productivos (para ciudadanos emprendedores interesados en negocios del sector turístico)

10. Gestión de destinos turísticos (para funcionarios responsables del Turismo en Gobiernos Seccionales)

El lanzamiento se realizó en las siete regiones del país; en un inicio se cumplió en Guayaquil el 26 de octubre del 2010 en el salón del Ministerio del Litoral; en la ciudad de Quito el 27 de octubre del mismo año en la Casa Carrasco y en Cuenca el 28 de octubre 2010 en el Centro de Convenciones de la ciudad.

Investigación Realizada

Para conocer sobre las razones del desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico se realizó una encuesta en la cual se pudo conocer que el turismo no es una actividad primordial en la parroquia de Pifo debido al desinterés que existe por parte de los pobladores de la zona.

2.1.4 Baja inversión en infraestructura turística

Diversificación de oferta, mejor infraestructura y facilidades turísticas

Ecuador apunta a incrementar el gasto por visitas turísticas y para cumplirlo, prioritariamente trabaja en la diversificación de la oferta turística, con inclusión social, mediante el fortalecimiento de infraestructura y facilidades turísticas en las distintas líneas de once productos definidos como rutas para circuitos generales, cruceros, agroturismo, turismo de salud, turismo de sol y playa, turismo de deportes y aventura, agroturismo, el turismo cultural con todas sus variantes, gastronomía, fiestas populares, turismo urbano, científico, académico, de voluntariado etc.[12].

En este empeño, como primera meta el MINTUR enfatiza acciones para el desarrollo de infraestructura y facilidades turísticas, capacitación para quienes trabajan en este sector (PNCT, capitulo IV) y el mejoramiento de la calidad de los servicios, por lo que se trabaja en las normativas técnicas, para Deportes de aventura, Ecoturismo y para los servicios de alojamiento, en un afán de normar y mejorar la planificación de su infraestructura, desde finales de este mes de enero estará lista la normativa técnica y se elaborará el correspondiente reglamento y poder aterrizar esta normativa en el territorio.

En el sector turístico aumentó el número de establecimientos registrados y en el 2009, generaron empleo para 90.145 ecuatorianos, entre ellos 42.098 mujeres y 48.047

[12] Declaraciones a la prensa Viceministra de Turismo Solange Garcés, 2011.

hombres, lo que significa un incremento del 6,5% con relación al 2008, que registró 84.668 personas empleadas.

Del gran total registrado, en el segmento de servicio de alimentos y bebidas trabajaron 53.870, en alojamiento 24.860, en transportación 2.534, en operación turística 2.057; en intermediación 4.719; y, para atender parques y atracciones estables 2.105 personas.

Calidad de productos y servicios

El segundo desafío que impulsará el MINTUR, durante el 2011 tiene que ver con calidad del producto y de los servicios, por lo que se realiza permanente seguimiento a los criterios de servicio y de calidad que se implementan en los distintos establecimientos y se respalda con el Programa Nacional de Capacitación, que se orienta básicamente hacia la certificación de competencias laborales.

Por ser el turismo una actividad transversal y con el propósito de alcanzar una ordenada planificación del desarrollo turístico territorial, mediante una adecuada coordinación de las inversiones públicas y privadas, el MINTUR sistematiza y articula su gestión con los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS), con los Consejos Provinciales (CONCOPE), con otras Carteras de Estado, como Salud, Telecomunicaciones, Riesgo, Ambiente, Patrimonio, Vivienda, Ministerio Coordinador de la Producción, Ferrocarriles del Ecuador, Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento, BEDE, Embajadas del Ecuador y otras instituciones vinculadas al sector y de esa manera conseguir un modelo de gestión para el desarrollo turístico organizado, planificado y armónico, que estamos impulsando.

A través de la articulación con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, la Dirección de Aviación Civil, están motivando el crecimiento de conectividad con mercados de Brasil, Canadá, Argentina, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. También están Perú, Colombia y Asia, que representa un importante mercado para Ecuador.

En el tema de vialidad, se potencia la inversión en señalización turística que persuade al visitante a recorrer por carretera el país y contribuye a la seguridad.

Fomentar la especialización de los territorios en su vocación turística, es el tercer objetivo, para que las localidades decidan cuál es la línea de producto turístico y las

estrategias a las que se dedicarán a desarrollar y a promover, que sin lugar a dudas respaldará el mejoramiento económico por el incremento del ingreso de divisas, porque Ecuador se fortalecerá como un destino que tiene una oferta con mayor cantidad de actividades que realizar, más atractivos que recorrer y van a repercutir en un mayor gasto por visita.

Efectivamente, en el 2010, en los índices de llegadas de turistas al Ecuador, se registró un crecimiento del 8,4% (datos de la Dirección Nacional de Migración) de llegadas de extranjeros al país, con relación al 2009. Cifra superior al crecimiento mundial, que alcanza el 6,7% según información publicada por la Organización Mundial del Turismo.

En el año 2009 el decrecimiento de las llegadas de turistas al Ecuador se fundamenta específicamente en la crisis mundial que generó la desaceleración de la economía de los Estados Unidos, principal mercado emisor de turistas al Ecuador; y de la economía europea, recordemos que se devaluó la libra esterlina y siendo que Reino Unido es el segundo mercado emisor de Europa.

Investigación Realizada

En la actualidad en la parroquia de Pifo existen alrededor de 11 industrias que aportan a la economía del sector y una de ellas es el turismo con su principal actividad que es el servicio de alojamiento y se pudo registrar apenas dos hostales, una hostería y un restaurante turístico los mismos que se detallan en las fichas de levantamiento turístico.

2.2 Desarrollo de las técnicas utilizadas en la investigación para el levantamiento de atractivos turísticos

A continuación se detallan las fichas de observación que se aplicaron en la investigación:

2.2.1 Aspectos generales para el levantamiento de información

2.2.1.1 Inventario de atractivos

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país.

Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación, en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico.

2.2.1.2 Los atractivos turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

2.2.1.3 Facilidades turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica turística.

2.2.1.4 Objetivos

La metodología permite utilizar los criterios para el registro de la información sobre los atractivos turísticos. Brindar tanto a las entidades públicas como privadas ligadas al turismo, información actualizada de la localización de atractivos, su calidad, facilidades de acceso y disfrute de su entorno, a más de una evaluación y valoración de los mismos, por sus características.

2.2.1.5 Sobre zonificación del espacio turístico

La metodología del zonificación del espacio turístico del Arq. Roberto Boullón, presenta algunas categorías, las mismas que se definen a continuación:

"Zona Turística: La mayor unidad de análisis del espacio turístico, cuyas características son la de contar con por lo menos 10 atractivos turísticos y dos centros turísticos, más la planta e infraestructura turísticas necesarias".

"Área Turística: Son las partes en las que puede dividirse una zona, cuyas características son contar con un mínimo de 10 atractivos y un centro turístico, más planta e infraestructura turísticas necesarias"

"Centro Turístico: Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. Tiene un radio de influencia de 2 horas distancia tiempo y puede clasificarse en centros de distribución, de estadía, de traslado y de excursión".

"Centro Turístico de Distribución: Un centro turístico que por sus características de ubicación y conectividad, permite una permanencia corta hasta lograr una conexión de transporte para completar una ruta o para dirigirse a un determinado destino"

"Centro turístico de excursión: Es un centro turístico que es visitado por menos de 24 horas, es decir en el que los visitantes no pernoctan"

"Complejo Turístico: Es una agrupación mayor o igual que la de los centros turísticos pero de mayor jerarquía, su conformación es poco frecuente, y requiere de uno o más atractivos de la más alta jerarquía e insume una permanencia igual o superior a tres días (dos noches). Llega a ser una derivación de un centro de distribución que alcanza un orden superior".

"Unidad Turística: Es una población pequeña cuya actividad turística está basada en uno o varios atractivos cercanos, que puede presentar las características de una pequeña aldea".

2.2.2 Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA

2.2.2.1 Introducción

El turismo es una actividad que genera un importante crecimiento económico a nivel mundial con la gran diferencia de que ésta, no contamina como algunas y más bien su mayor fortaleza es mantener y promover el ambiente en el que se desarrolla. En el caso del Ecuador esta actividad perteneciente al cuarto sector de la economía ecuatoriana, ha influido en los últimos treinta años en el desarrollo del país.

El turismo es una actividad esencial de las naciones por sus consecuencias directas sobre los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para las relaciones internacionales; se puede convertir en la actividad exportadora de servicios que mayores ganancias genere en un país, si es bien

administrada y explotada, además de que el turismo genera en sí, todo un efecto multiplicador en el aparato productivo, ya que permite desarrollar empleo en diversas actividades; es decir estimula para que se de un encadenamiento intersectorial para inversiones en otros sectores productivos y de servicios.

Con la realización de este proyecto se facilitará una herramienta para la población de la parroquia de Pifo encaminada a que desarrolle la activad turística de forma sustentable y sostenible en el sector y esto pueda mejorar el estilo de vida de sus habitantes; y además que, el gobierno local y la empresa privada puedan contar con la población de Pifo como un atractivo más dentro de los destinos tanto de la parroquia como de la provincia

2.2.2.2 Marco teórico vigente para el levantamiento de recursos turísticos[13]

El proceso tiene tres fases importantes:

- Preparación
- Levantamiento de información
- Herramientas

2.2.2.3 Fase de preparación

A continuación se determinarán los pasos precisos para la realización de la fase de preparación.

1 Metodología de Clasificación

Para iniciar el trabajo metodológico, es necesario determinar los criterios de clasificación. El primer elemento a utilizar es el sistema de Organización de Estados Americanos (OEA) que divide a los atractivos en cinco grupos:

1.1 Sitios Naturales:

Atractivos de valor paisajístico y reservas de flora y fauna.

1.2 Museos, Manifestaciones Culturales e Históricas.

[13] PRADO, Ana Mari- Guía para la Elaboración de productos turísticos, Mayo 2006

Recoge todo el conjunto de atractivos con un valor artístico, histórico o monumental.

1.3 Folklore:

Incluye todas las manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población local

1.4 Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas:

Aquellas que por su singularidad tienen interés turístico.

1.5 Acontecimientos Programados:

Todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que tengan una fecha fija de celebración o una periodicidad regulada, y que sean por tanto susceptibles de convertirse en meta programada de un desplazamiento turístico.

Cada grupo a su vez se subdivide en tipos y subtipos, lo que nos permite llegar a agrupar de forma más homogénea los diversos elementos que pueden ser utilizados como base para elaboración de diferentes productos y paquetes turísticos en el destino.

Es indispensable conocer y manejar perfectamente las categorías, tipos y subtipos, para clasificar los atractivos de manera precisa y correcta.

En el siguiente cuadro se pueden determinar los tipos y subtipos para cada categoría, mediante el cual se determinará el lugar de ubicación de cada elemento que puede pertenecer a dos categorías.

Ejemplo: una tradición popular pueden pertenecer a la categoría "Folklore" y a la categoría "Acontecimientos Programados", si es que celebra de manera habitual en la misma fecha todos los años.

CUADRO 1

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
SITIOS NATURALES	Montañas Planicies Costas Lagos, Lagunas Ríos Caídas de agua Grutas Lugares de observación Flora y Fauna Lugares de caza y pesca Caminos Bosques, etc.	
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	Museos Obras de arte y música Lugares históricos Ruinas `Yacimientos arqueológicos	Pintura Escultura Arte decorativo Arquitectura

FOLKLORE	Manifestaciones religiosas y creencias Música y danza Artesanías y artes Comidas y bebidas típicas Grupos étnicos. Arquitectura popular	
REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Obras de arte Obras de Ingeniería Obras tecnológicas	Pintura, Escultura, etc. Puentes, Edificaciones, Arquitectura Moderna, Fábricas, industrias, empresas de innovación
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Artístico recreativo Otros	Musicales Teatrales Festivales de cine Fiestas populares

En el cuadro 2 se reconoce algunos de los aspectos característicos de los atractivos que son importantes para poder proceder posteriormente a la fase de valoración.

CUADRO 2

CATEGORÍA DE ATRACTIVOS	TIPO DE ATRACTIVOS	CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS
SITIOS NATURALES	Montañas	Altura, Morfología Vegetación (cantidad y tipo) Cambios estaciónales Fauna Cambios, sendas y refugios Paisajes más interesantes Zonas con nieve
	Sectores planos y valles	Clima Extensión, ,morfología Vegetación (cantidad y tipo) Cambios estaciónales Cultivos Paisajes interesantes
	Costas	Dimensión y Morfología Calidad del agua (color, transparencia, salinidad, temperatura) Oleajes, mareas temperaturas ambientales Lluvias, vientos Playas (dimensiones y calidad de la arena u otro tipo de suelo) Vegetación circundante Edificación Presencia de embarcaciones u objetos de interés Puertos.
	Lagos y Lagunas	Dimensiones características de la costas Tipo de paisaje circundante Calidad de agua(color, temperatura, transparencia) Oleaje Islas Flora Y Fauna
	Ríos y otros cursos de	Tamaños(largo, ancho, y caudal)

	agua	Tramos más interesantes Calidad de agua(color, temperatura, transparencia)
	Caídas de agua	Altura, caudal, número de saltos Paisajes del entorno Cambios estaciónales Flora y Fauna
	Grutas y cavernas	Medidas, aspectos y conformaciones geológicas longitudes recurribles sin peligro Facilidades para su visita (luz, guía, etc.)
	Lugares de observación de flora y fauna	Descripción de especies Suelos y Paisajes cantidad aproximada de cada especie Extensión de territorio Posibilidad de observación, condiciones y época del año en el que son visibles los ejemplares.
	Lugares de caza y pesca	Ubicación de sitios indicando su extensión aproximada. Suelos y paisajes Especies y cantidad aproximada Época del año de mayor captura Época de Veda Requisitos para cazar o pescar Accesibilidades
	Caminos pintorescos	Longitud, punto de interés y visitas panorámicas Tipo de paisaje tipo de obra vial facilidades para la observación
	Termas	Calidad y propiedades de agua Paisaje del entorno Instalaciones
	Parques Naturales	Atractivos turísticos por categorías y tipos
MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES E HISTÓRICAS	Museos	Tipo de colección Calidad e importancia de la colección Piezas más relevantes Estado de conservación Organización de la muestra Posibilidades de visitas(días y horas) Tarifas Causas del interés turístico
	Obras de arte y Técnica	Autor Descripción de sus aspectos más relevantes Antigüedad y estado de conservación Causas del Interés turístico
	Lugares turísticos	Hechos que se memoran Aspectos del sitio Causas del interés turístico
	Ruinas y lugares arqueológicos	Cultura a la que pertenece Descripción del sitio, calidad e importancia de los restos.
	Parques y Plazas	Facilidades para su visita Estado actual Relevancia
	Manifestaciones y creencias populares	Lugares y época de acontecimientos y duración

		Descripción de los productos en venta y causas de interés turístico.
	Ferias y Mercados	Lugares, fecha del acontecimiento y duración. Descripción de los productos en ventas y causas del interés turístico.
	Música y Danza	Lugares y oportunidades de presenciarlas descripción de los rasgos relevantes y causas del interés turístico
FOLKLORE	Artesanías	Lugar de producción Tipo y calidad del producto descripciones del mismo Lugar de venta Volumen aproximado de las ventas Causas del interés turístico
	Comidas y Bebidas Típicas	Lugares Tipo y calidad de los platos y bebidas, descripción de los mismos
	Grupos Étnicos	Lugares de asentamiento y número de personas Aspectos más notables (tipo de vías, ocupaciones, etc.) Facilidades de visita Causas del interés turístico
REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Arquitectura	Principales características formales y técnicas Descripción de las formas de agrupación y existencia de otros tipos de edificación. Facilidades para su visita Causas del interés turístico
	Explotaciones Silvoagropecuarias	Causas de interés turístico Posibilidades de visita
	Explotaciones Industriales	Causas de interés turístico Posibilidades de visita
	Explotaciones Mineras	Causas de interés turístico Posibilidades de visita
	Obras de arte y técnica	Autor
		Descripción de sus aspectos más relevantes, calidad, importancia, estilo y escultura Causas de Interés turístico
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	Artísticos	Fecha de realización Tipo de calidad del programa Precio entrada Causas del interés turístico
	Deportivos	Descripción general del espectáculo Precio de la entrada Causas del Interés turístico
	Otros	Características generales del lugar de realización Precio de la entrada Causas

Esta tabla es una base recurrente lo que quiere decir que no todos los datos referidos deben ser recogidos con respecto a todos los atractivos del cantón o de la provincia,

sino simplemente aquellos que ofrezcan algún tipo de relevancia a la hora de valorar dicho atractivo en relación con otros.

2.2.2.4 Levantamiento de información

Para seleccionar qué atractivos se van a incorporar al inventario selectivo hay que proceder primero a realizar un levantamiento a partir de fuentes documentales y bibliográficas, lo que determina la siguiente información:

- Folletos turísticos.- del país, de la provincia, del cantón y de la parroquia. Se identificarán los atractivos del área que aparecen en los diferentes niveles de folleteria.
- Catálogos de operadores: que operan en el área para identificar los productos y recursos, que se comercializan sin problema.
- Guías de viaje: libros que sirven para que los viajeros organicen su estadía, que no entran en la categoría de folletos. También de ámbito nacional, provincial y local, si se encuentran.
- Sitios Web: de promoción turística de carácter público y/o privado de ámbito nacional, provincial, cantonal y parroquial.
- Bibliografía sobre el área: geografía, historia, arte, cultura, medioambiente, economía, etc.

A partir de esta información se va a elaborar un listado de los elementos de patrimonio que se van a inventariar. En primera instancia se identifican aquellos elementos de patrimonio que aparecen en las publicaciones, se localizan, se busca la información sobre ellos y se anota de acuerdo a los criterios descriptivos del CUADRO 2; además se recogerán todas las fuentes en las que cada atractivo es mencionado. Esto es importante, puesto que en función de la importancia del elemento aparecerá citado en mayor número de fuentes. También a partir de este dato (número y ámbito de fuentes)

Con el listado realizado, se determinarán los lugares a inventariar según los criterios que defina el equipo de trabajo.

A partir de los catastros oficiales se levantará la información sobre las empresas turísticas que prestan servicios en el área y que también serán objetos de inventario.

2.2.2.5 Herramientas

Las principales herramientas a utilizar son las fichas de inventario son documentos en los que se vuelcan las informaciones del levantamiento, tanto de fuentes documentales como de visitas a los recursos y entrevistas a los propietarios, gestores u operadores de los mismos.

A continuación, se determinará tres modelos de fichas que responden al levantamiento de información básica para un inventario de recursos selectivos, es decir, para recabar información sobre el estado actual de los recursos y su posible uso, presente, en las condiciones actuales.
Pero esta misma herramienta ampliada o modificada, puede ser utilizada para incorporar más información, como proyectos existentes relacionados con los recursos, problemas ambientales o sociales relacionados con el mismo, necesidades de estructura y equipamiento, posibilidades de inversión, posibilidades de desarrollo de otros productos además de lo que ya se encuentra en marcha, seguimiento de tipos de público, etc.

2.2.3 Registro de Información

2.2.3.1 Inventario de atractivos turísticos no inventariados en la parroquia de Pifo

A continuación se presentará cada modelo de ficha y se explicará los contenidos de cada uno de los campos con respecto a los atractivos encontrados en la parroquia de Pifo y sus alrededores.

Ficha de Atractivo

<table>
<tr><th colspan="3">FICHA DE ATRACTIVOS</th></tr>
<tr><td>1.NOMBRE: Cerro Coturco</td><td>2. FICHA N 1</td><td>3.FICHAS ASOCIADAS</td></tr>
<tr><td>4. CATEGORÍA
Sitios Naturales</td><td colspan="2">5. TIPO Y SUBTIPO
TIPO: Montañas
SUBTIPO: Cerro</td></tr>
<tr><td colspan="3">6. UBICACIÓN: El volcán Coturco se ubica a 22 Km. al este de Quito, y cerca de la población de Pifo, este volcán se encuentra ligeramente sobresaliendo la cordillera Real u Oriental hacia el oeste a unos 15 Km al sur de la población del Quinche.</td></tr>
<tr><td colspan="3">7. ACCESO
8.Desde Pifo 9.Vía, tipo y estado: Terrestre, camino segundo orden 10 Medio de acceso: Transporte privado 4x4 11 Tiempo: 1 hora</td></tr>
<tr><td colspan="3">12. DESCRIPCIÓN: Es también conocido como el 'León Dormido' debido a que la cumbre, vista desde cierto ángulo, se parece a un león recostado. Tiene una altura sobre el nivel del mar de 3.537 m. Este volcán extinto parece ser el remanente de un edificio volcánico que no alcanzó mucha altura y que luego se erosionó, de él sin embargo se puede reconocer un cráter que no alcanzó el estado de caldera. Podría tener relación con el cercano volcán Puntas. En su parte superior se aprecia un peñasco de lava, remanente de sus erupciones pasadas, sus flancos han sido erosionados por los glaciares del pleistoceno y por los vientos y lluvias actuales.</td></tr>
<tr><td colspan="3">13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Bicicleta de Montaña y caminatas</td></tr>
<tr><td>14. HORARIOS
Todos los días</td><td>15. PRECIOS
N/A</td><td>16. PROPIETARIO: N/A
17. PERSONA CONTACTO: N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">18. TIPO DE PÚBLICO
Semana
Fin de semana X (Nacionales y extranjeros)
Feriados Largos
Vacaciones</td></tr>
<tr><td>19. EMPRESAS QUE OPERAN: N/A</td><td>20 ACTIVIDAD
N/A</td><td>21 CÓDIGO
N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">22. SERVICIOS
o Estacionamiento
o Comida
o Alojamiento
o Visitas guiadas
o Talleres
o Rutas auto guiadas
o Señalización para llegar
o Señalización interna
o Limpieza y recogida de basura
o Servicios higiénicos
o Seguridad y Mantenimiento
o Alquiler de material para realizar actividades
o Venta de souvenirs, información sobre el recurso
o Folletos
o Teléfono público
o Pago con tarjetas de crédito
o Otros X</td></tr>
<tr><td colspan="3">23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA
a) Exceso de demanda y sobre utilización de los recursos naturales. b) Congestión: concentración de turistas en áreas y en tiempo. c) Pérdida del paisaje natural por un exceso de construcción o por permitirla en lugares de interés turístico. El desarrollo turístico puede destruir los recursos naturales.</td></tr>
<tr><td colspan="3">24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">25. OBSERVACIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">26. Realizada Por: Cristian Umaquinga</td><td>Fecha: 10-03-2012</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="3">FICHA DE ATRACTIVOS</th></tr>
<tr><td>1.NOMBRE
Cerro Pishanga o Peñas Blancas</td><td>2. FICHA N 2</td><td>3.FICHAS ASOCIADAS</td></tr>
<tr><td>4. CATEGORÍA
Sitios Naturales</td><td colspan="2">5. TIPO Y SUBTIPO
TIPO: Montañas
SUBTIPO: Cerro</td></tr>
<tr><td colspan="3">6.UBICACIÓN: Se ubica a 30 minutos de la vía interoceánica que conduce a Papallacta</td></tr>
<tr><td colspan="3">7. ACCESO
8.Desde Pifo 9.Vía, tipo y estado: Terrestre, camino segundo orden 10 Medio de acceso: Transporte privado 11 Tiempo: 30 minutos</td></tr>
<tr><td colspan="3">12. DESCRIPCIÓN: Más conocido como Peñas Blancas. Una zona de mucho potencial para la escalada deportiva y clásica.</td></tr>
<tr><td colspan="3">13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES
Escalada deportiva</td></tr>
<tr><td>14. HORARIOS

Todos los días</td><td>15. PRECIOS

N/A</td><td>16. PROPIETARIO : Familia Roldan

17. PERSONA CONTACTO: No</td></tr>
<tr><td colspan="3">18. TIPO DE PÚBLICO
Semana
Fin de semana X (Nacionales y extranjeros)
Feriados Largos
Vacaciones</td></tr>
<tr><td>19. EMPRESAS QUE OPERAN
N/A</td><td>20 ACTIVIDAD
Escalada</td><td>21 CÓDIGO</td></tr>
<tr><td colspan="3">22. SERVICIOS
o Estacionamiento
o Comida
o Alojamiento
o Visitas guiadas
o Talleres
o Rutas auto guiadas
o Señalización para llegar X
o Señalización interna
o Limpieza y recogida de basura
o Servicios higiénicos
o Seguridad y Mantenimiento
o Alquiler de material para realizar actividades
o Venta de souvenirs, información sobre el recurso
o Folletos
o Teléfono público
o Pago con tarjetas de crédito
o otros X</td></tr>
<tr><td colspan="3">23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA
a) Contaminación atmosférica, del agua y visual.
b) Generación de basura</td></tr>
<tr><td colspan="3">24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: Internet</td></tr>
<tr><td colspan="3">25. OBSERVACIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">26. Realizada Por: Cristian Umaquinga</td><td>Fecha: 10-03-2012</td></tr>
</table>

.

FICHA DE ATRACTIVOS		
1.NOMBRE : Laguna de Boyeros	**2. FICHA N: 3**	**3.FICHAS ASOCIADAS**
4. CATEGORÍA Sitios Naturales	**5. TIPO Y SUBTIPO** **TIPO:** Ambiente lacustre/Cuerpos de agua **SUBTIPO:** Lagunas	
6.UBICACIÓN: a 45 minutos de Pifo en la vía interoceánica que conduce a Papallacta		
7. ACCESO **8.Desde** Pifo **9.Vía, tipo y estado:** Terrestre, camino segundo orden **10 Medio de acceso:** Transporte privado **11 Tiempo:** Vehículo 30 minutos de Pifo		
12. DESCRIPCIÓN: Esta laguna se encuentra en la reserva Ecológica Cayambe-Coca y es parte de un complejo lacustre formado por 14 lagunas con diferente dimensión, Boyero tiene forma circular y se encuentra dentro de una depresión pronunciada del terreno nublado y frío intenso que son los factores relevantes de dicha zona.		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES Caminatas y excursiones		
14. HORARIOS Todos los días	**15. PRECIOS** N/A	**16. PROPIETARIO** : N/A **17. PERSONA CONTACTO:** N/A
18. TIPO DE PÚBLICO **Semana** **Fin de semana X** (Nacionales y extranjeros) **Feriados Largos** **Vacaciones**		
19. EMPRESAS QUE OPERAN: N/A	**20 ACTIVIDAD** N/A	**21 CÓDIGO**
22. SERVICIOS o **Estacionamiento** o **Comida** o **Alojamiento** o **Visitas guiadas** o **Talleres** o **Rutas auto guiadas** o **Señalización para llegar X** o **Señalización interna** o **Limpieza y recogida de basura** o **Servicios higiénicos** o **Seguridad y Mantenimiento** o **Alquiler de material para realizar actividades** o **Venta de souvenirs, información sobre el recurso** o **Folletos** o **Teléfono público** o **Pago con tarjetas de crédito** o **otros X**		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA a) Destrucción de ecosistemas b) Disminución de la cantidad y la calidad del agua c) Empobrecimiento y contaminación de los suelos d) Extinción de múltiples especies de la fauna c) Afectación severa de la flora:		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: N/A		
25. OBSERVACIONES		
26. Realizada Por: Cristian Umaquinga		**Fecha:** 10-03-2012

.

1.NOMBRE Bosque de Polylepis "Árbol de papel"	2. FICHA N: 4	3.FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Sitios Naturales	**5. TIPO Y SUBTIPO** **TIPO:** Lugares pintorescos / Otros **SUBTIPO:** Bosque	
6. UBICACIÓN: a 45 minutos de Pifo en la vía interoceánica que conduce a Papallacta km 45.		
7. ACCESO **8.Desde** Pifo **9.Vía, tipo y estado:** Terrestre, camino segundo orden **10 Medio de acceso:** Transporte público o privado **11 Tiempo:** Vehículo 30 minutos de Pifo		
12. DESCRIPCIÓN: Es un bosque primario principalmente conformado por Polylepis incana y pocos árboles de Sisin Podocarpus Sprucei que ha sobrevivido a la deforestación ya que su madera era utilizada para la elaboración de carbón.		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES Camping, excursiones, actividad al aire libre		
14. HORARIOS Todos los días	**15. PRECIOS** N/A	**16. PROPIETARIO** : N/A **17. PERSONA CONTACTO:** N/A
18. TIPO DE PÚBLICO **Semana** **Fin de semana X** (Nacionales y extranjeros) **Feriados Largos** **Vacaciones**		
19. EMPRESAS QUE OPERAN: N/A	**20 ACTIVIDAD** N/A	**21 CÓDIGO** N/A
22. SERVICIOS o **Estacionamiento** o **Comida** o **Alojamiento** o **Visitas guiadas** o **Talleres** o **Rutas autoguiadas** o **Señalización para llegar** o **Señalización interna** o **Limpieza y recogida de basura** o **Servicios higiénicos** o **Seguridad y Mantenimiento** o **Alquiler de material para realizar actividades** o **Venta de souvenirs, información sobre el recurso** o **Folletos** o **Teléfono público** o **Pago con tarjetas de crédito** o **otros X**		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA a) Destrucción de ecosistemas b) Disminución de la cantidad y la calidad del agua c) Empobrecimiento y contaminación de los suelos d) Extinción de múltiples especies de la fauna c) Afectación severa de la flora:		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: N/A		
25. OBSERVACIONES		
26. Realizada Por: Cristian Umaquinga		**Fecha: 10-03-2012**

.

FICHA DE ATRACTIVOS		
1.NOMBRE La Tolita	**2. FICHA N: 5**	**3.FICHAS ASOCIADAS**
4. CATEGORÍA Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	**5. TIPO Y SUBTIPO** **TIPO:** Sitios Arqueológicos **SUBTIPO:** Fortaleza	
6.UBICACIÓN: A 5 minutos de la Y que conduce a Papallacta y el Quinche, en la entrada al parque central		
7. ACCESO **8.Desde** Pifo **9.Vía, tipo y estado:** Terrestre, camino primer orden **10 Medio de acceso:** Transporte público o privado **11 Tiempo:** Vehículo 5 minutos de Pifo		
12. DESCRIPCIÓN: Es una evidencia arqueológica que guarda la historia del pasado de un pueblo. Se lo llama la Tolita y en tiempos remotos pudo haber sido utilizada de diversas maneras, sean estas funerarias, ceremoniales o habitacionales.		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES Estudios		
14. HORARIOS N/A	**15. PRECIOS** N/A	**16. PROPIETARIO** : N/A **17. PERSONA CONTACTO:** N/A
18. TIPO DE PÚBLICO **Semana** **Fin de semana** **Feriados Largos** **Vacaciones**		
19. EMPRESAS QUE OPERAN: N/A	**20 ACTIVIDAD:** N/A	**21 CÓDIGO:** N/A
22. SERVICIOS o **Estacionamiento** o **Comida** o **Alojamiento** o **Visitas guiadas** o **Talleres** o **Rutas auto guiadas** o **Señalización para llegar** o **Señalización interna** o **Limpieza y recogida de basura** o **Servicios higiénicos** o **Seguridad y Mantenimiento** o **Alquiler de material para realizar actividades** o **Venta de souvenirs, información sobre el recurso** o **Folletos** o **Teléfono público** o **Pago con tarjetas de crédito** o **otros X**		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA a) Deterioro de la construcción. b) Contaminación (basura)		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: N/A		
25. OBSERVACIONES		
26. Realizada Por: Cristian Umaquinga		**Fecha: 10-03-2012**

.

<table>
<tr><th colspan="3">FICHA DE ATRACTIVOS</th></tr>
<tr><td>1.NOMBRE
Piscina Parroquial</td><td>2. FICHA N: 6</td><td>3.FICHAS ASOCIADAS</td></tr>
<tr><td>4. CATEGORÍA
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas</td><td colspan="2">5. TIPO Y SUBTIPO
TIPO: Vertiente de Agua
SUBTIPO: Aguas no termales</td></tr>
<tr><td colspan="3">6. UBICACIÓN: a 15 minutos del parque central de Pifo.</td></tr>
<tr><td colspan="3">7. ACCESO
8.Desde Pifo 9.Vía, tipo y estado: Terrestre, camino primer orden 10 Medio de acceso: Transporte privado 11 Tiempo: Vehículo 20 minutos de Pifo</td></tr>
<tr><td colspan="3">12. DESCRIPCIÓN: Es una piscina que pertenece a la Junta Parroquial y cuyas aguas provienen de fuentes naturales, especialmente de la vertiente de Chantag. Es un lugar muy visitado durante los fines de semana por los pobladores de la localidad.</td></tr>
<tr><td colspan="3">13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES
Natación</td></tr>
<tr><td>14. HORARIOS

Miércoles-Domingo
08:00-16:00</td><td>15. PRECIOS

Público</td><td>16. PROPIETARIO: Junta Parroquia del Pifo.

17. PERSONA CONTACTO: Enrique Salazar</td></tr>
<tr><td colspan="3">18. TIPO DE PÚBLICO
Semana
Fin de semana X (Nacionales)
Feriados Largos
Vacaciones</td></tr>
<tr><td>19. EMPRESAS QUE OPERAN: N/A</td><td>20 ACTIVIDAD: N/A</td><td>21 CÓDIGO: N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">22. SERVICIOS
o Estacionamiento
o Comida
o Alojamiento
o Visitas guiadas
o Talleres
o Rutas auto guiadas
o Señalización para llegar
o Señalización interna
o Limpieza y recogida de basura X
o Servicios higiénicos X
o Seguridad y Mantenimiento X
o Alquiler de material para realizar actividades X
o Venta de souvenirs, información sobre el recurso
o Folletos
o Teléfono público
o Pago con tarjetas de crédito
o otros</td></tr>
<tr><td colspan="3">23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA
a) Disminución de la cantidad y la calidad del agua
b) Contaminación del ambiente (aumento basura)</td></tr>
<tr><td colspan="3">24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">25. OBSERVACIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">26. Realizada Por: Cristian Umaquinga</td><td>Fecha: 10-03-2012</td></tr>
</table>

.

FICHA DE ATRACTIVOS		
1.NOMBRE Iglesia Parroquial San Sebastián de Pifo	**2. FICHA N:** 7	**3.FICHAS ASOCIADAS**
4. CATEGORÍA Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	**5. TIPO Y SUBTIPO** **TIPO:** Arquitectura **SUBTIPO:** Iglesia	
6. UBICACIÓN: En el parque central.		
7. ACCESO **8.Desde** Pifo **9.Vía, tipo y estado:** Terrestre, camino primer orden **10 Medio de acceso:** Transporte privado o público **11 Tiempo:** N/A		
12. DESCRIPCIÓN: En 1962 se comienza a restaurar la iglesia de Pifo que data de 1673 la capilla principal y de 1610 las capillas menores, y aunque a lo largo de los siglos se habían hecho algunas modificaciones por singular diligencia de los Jesuitas. Se le acortó de 64 a 54 metros de largo y los 9 de ancho se mantuvo como la construcción original con lo que se ha conseguido una más ajustada proporcionalidad. Se ha cambiado el techo de barro por otro de lámina de cemento y el tejado por cubierta de eternit. Se cubrieron las paredes de cemento escarchado, se tendieron arcos para las capillas laterales, se reinstaló el sistema de iluminación y por último la pintura.		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Religiosos		
14. HORARIOS 07:00-08:00 / 17:30 – 19:00	**15. PRECIOS** N/A	**16. PROPIETARIO**: Junta Parroquial de Pifo. **17. PERSONA CONTACTO:** Padre Luis Mejía
18. TIPO DE PÚBLICO **Semana X** **Fin de semana X** **Feriados Largos** **Vacaciones**		
19. EMPRESAS QUE OPERAN: N/A	**20 ACTIVIDAD:** N/A	**21 CÓDIGO:** N/A
22. SERVICIOS o **Estacionamiento** o **Comida** o **Alojamiento** o **Visitas guiadas** o **Talleres** o **Rutas auto guiadas** o **Señalización para llegar** o **Señalización interna** o **Limpieza y recogida de basura** o **Servicios higiénicos** o **Seguridad y Mantenimiento** o **Alquiler de material para realizar actividades** o **Venta de souvenirs, información sobre el recurso** o **Folletos** o **Teléfono público** o **Pago con tarjetas de crédito** o **otros X**		
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA a) Hace un lugar más turístico que religioso (Perdida de Cultura) b) Deterioro de las obras de arte (esculturas) por fotografías		
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: N/A		
25. OBSERVACIONES		
26. Realizada Por: Cristian Umaquinga		**Fecha**: 10-03-2012

.

<table>
<tr><th colspan="3">FICHA DE ATRACTIVOS</th></tr>
<tr><td>1.NOMBRE
Fiestas Patronales de la parroquia en honor a San Sebastián de Pifo</td><td>2. FICHA N: 8</td><td>3.FICHAS ASOCIADAS</td></tr>
<tr><td>4. CATEGORÍA
Acontecimientos programados</td><td colspan="2">5. TIPO Y SUBTIPO
TIPO: Fiestas
SUBTIPO: Fiestas Patronales</td></tr>
<tr><td colspan="3">6. UBICACIÓN: En el parque central.</td></tr>
<tr><td colspan="3">7. ACCESO
8.Desde Pifo 9.Vía, tipo y estado: Terrestre, camino primer orden 10 Medio de acceso: Transporte privado o público 11 Tiempo: N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">12. DESCRIPCIÓN: El 20 de enero de cada año se celebran las fiestas patronales en honor al santo San Sebastián. Según cuenta la leyenda que a finales del año 1915 la parroquia de Pifo se vio amenazada por tropas colombianas por problemas limítrofes con el vecino país razón por la cual los pobladores decidieron sacar a procesión al Santo San Sebastián invocando contra la peste y contra los enemigos. Las tropas colombianas entraron a Pifo el 20 d enero de 1916 en son de paz, la guerra había llegado a su fin y fue motivo de celebración. Actualmente las fiestas están acompañadas de celebraciones como la quema de chamizas (grandes fogatas), juegos pirotécnicos, pelea de gallos, carrera de caballos, desfiles cívicos, carros alegóricos (decorados), desfiles de comparsas y de chagras, y toros populares.</td></tr>
<tr><td colspan="3">13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES: Religioso y Cultural</td></tr>
<tr><td>14. HORARIOS
20 de Enero (Fin de semana próximo a la fecha)</td><td>15. PRECIOS

N/A</td><td>16. PROPIETARIO: Junta Parroquial del Pifo.
17. PERSONA CONTACTO: Daniel Salazar</td></tr>
<tr><td colspan="3">18. TIPO DE PÚBLICO
Semana
Fin de semana
Feriados Largos √
Vacaciones</td></tr>
<tr><td>19. EMPRESAS QUE OPERAN: N/A</td><td>20 ACTIVIDAD : N/A</td><td>21 CÓDIGO: N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">22. SERVICIOS
o Estacionamiento
o Comida X
o Alojamiento X
o Visitas guiadas
o Talleres
o Rutas auto guiadas
o Señalización para llegar X
o Señalización interna
o Limpieza y recogida de basura
o Servicios higiénicos X
o Seguridad y Mantenimiento
o Alquiler de material para realizar actividades
o Venta de souvenirs, información sobre el recurso
o Folletos
o Teléfono público X
o Pago con tarjetas de crédito
o otros X</td></tr>
<tr><td colspan="3">23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA
a) Incremento delincuencia para los turistas
b) Incremento de basura</td></tr>
<tr><td colspan="3">24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS: N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">25. OBSERVACIONES: La organización de las fiestas patronales están a cargo de la Junta Parroquial, no existe un prioste o alcalde quien organice la celebración.</td></tr>
<tr><td colspan="2">26. Realizada Por: Cristian Umaquinga</td><td>Fecha: 10-03-2012</td></tr>
</table>

Núcleo Poblacional

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL		
1. LOCALIDAD: Parroquia de Pifo	**2. FICHA N: 6**	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. ACCESO **5. Desde:** Quito **6. Vía, tipo y estado:** Terrestre, camino primer orden **7. Tiempo y medio de transporte:** Privado 45 minutos / Público 1 ½ hora.		
8. BREVE DESCRIPCIÓN: Pifo está asentada al este de la capital con una distancia de 35 km y a unos 24000 m.s.n.m. Cuenta con un clima subtropical sub-andino con temperatura media anual de 12ºC y pluviosidad superior a 150 mm por metro cuadrado, contrastando la estación húmeda y la seca. En Julio de 1950 el alcalde de Quito Ricardo Chiriboga Gómez, inaugura la piscina y los lavaderos públicos y 4 años más tarde el alcalde Rafael León Larra culmina con la ejecución del parque central que se puede apreciar hasta la actualidad.		
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	**Tipo**	**Subtipo**
R. Naturales	4 (Montañas, ambiente lacustre, otros)	Cerro, laguna. bosque
R. Culturales	3 (Sitios Arqueológicos, aguas medicinales, arquitectura)	Fortaleza, aguas no termales e iglesia
R. Etnográficos		
Realizaciones Técnicas		
Realizaciones Programadas	1 (Fiestas)	Fiestas Patronales
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES o **Transporte público X** o **Gasolineras X** o **Teléfono Público X** o **Oficina bancaria X** o **Cajero X** o **Centro de salud X** o **Primeros auxilios X** o **Farmacia X** o **Seguridad X** o **Centros escolares X** o **Centros culturales** o **Centros deportivos X** o **Espacios recreativos X** o **Otros X**		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO		
Alojamiento	**N:** 3	**Tipo:** 2 Hostales, 1 hostería
Restaurantes	**N:** 1	**Tipo:** Restaurante/Heladería
Otros lugares de comida	**N**	**Tipo**
Empresas de actividades recreativas	**N**	**Tipo**
Empresas receptivo	**N**	**Tipo**
Otros	**N: S/N**	**Tipo:** Florícolas, textil, agrícolas, alimentos preparados, fabricación partes y piezas, Comercialización de derivados, comunicación, Instituciones bancarias, Materiales de construcción, minas
12. OFICINA ITUR MAS CERCANA: Quito **Fechas de apertura:** **Horarios:** 08:00-17:30		

13. PRINCIPALES PROBLEMAS ○ **Señalización** ○ **Accesos** ○ **Información** ○ **Conservación urbana** ○ **Saneamiento** ○ **Circulación** ○ **Limpieza y recogida de basura** ○ **Seguridad** ○ **otros**	 X X X	
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS: N/A		
15. Realizado por: Cristian Umaquinga		**Fecha:** 10-03-2012

Ficha de empresas de alojamiento

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Hostal La Dicha / Diego de Vasquez entre Francisco de Orellana y Alfredo Gangotena	**2. FICHA N 1**	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO 2381239	**5. Email:** N/A	**6. WEB:** N/A
7. OPERA DESDE: 2008		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Hotel		
9. UBICACIÓN: Parroquia de Pifo		
Aislado	**Núcleo poblacional** √	**carretera**
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	**Edificio Tradicional**	**Edificio Moderno** √
11 CAPACIDAD: 30 personas		
Con baño	**con duchas**	**sin baño**
Dobles	6	N/A
Otras (múltiples)	9	N/A
Total Habitaciones	15	N/A
Total camas	30	N/A
OTROS		N/A
Capacidad Restaurante	N/A	N/A
Capacidad salones	N/A	N/A

20. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- **Restaurante con especialidades locales**
- **Restaurante cocina internacional**
- **Bar**
- **Comida para llevar**
- **Vehículos/ para el traslado de pasajeros**
- **Estacionamiento X**
- **Jardines/ terrazas para uso de clientes**
- **Actividades recreativas para clientes con medios propios**
- **Actividades para clientes subcontratados a otras empresas**
- **Piscina**
- **Salones para reuniones**
- **Juegos para niños**
- **Primeros auxilios**
- **Formas de pago**
- **Otros**

21. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: El hotel cuenta con 4 trabajadores y no tienen capacitación

22. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE

- **Fines de semana X**
- **Semana X**
- **Semana Santa**
- **Feriados**
- **Navidad**
- **Verano**

23. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES: 1 noche

24. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA: Pernoctación (La mayoría de huéspedes se hospeda por motivos laborales por el nuevo aeropuerto)

25. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- **Boca oreja X**
- **A través de operadora(cuales)**
- **De los hoteles y hosterías**
- **Promoción directa propia**
- **Página Web**
- **Reserva con anticipación**
- **Reserva teléfono X Internet**
- **Otros**
- **Medios de transporte**

26. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO

○ **Todo el año X** ○ **temporal (indicar época)**	
27. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES **(permisos, registros y licencias)** Todos los permisos de funcionamiento	
20. Realizada por: Cristian Umaquinga	**Fecha:** 10-03-2012

.

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: Hostería Nevada (Av. Interoceánica Km 26 Y Papallacta y Sangolquí, 100 m de la Gasolinera Petrocomercial)	**2. FICHA N 2**	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO 2380074	**5. Email:** N/A	**6. WEB:** N/A
7. OPERA DESDE: 1993		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Hostería		
9. UBICACIÓN: Parroquia de Pifo		
Aislado	**Núcleo poblacional**	**Carretera:** √
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	**Edificio Tradicional:** √	**Edificio Moderno**
11 CAPACIDAD: 30 personas		
Con baño	**con duchas**	**sin baño**
Dobles	10	N/A
Otras (múltiples)	5	N/A
Total Habitaciones	15	N/A
Total camas	30	N/A
OTROS		N/A
Capacidad Restaurante	N/A	N/A
Capacidad salones	N/A	N/A

28. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- **Restaurante con especialidades locales**
- **Restaurante cocina internacional**
- **Bar**
- **Comida para llevar**
- **Vehículos/ para el traslado de pasajeros**
- **Estacionamiento X**
- **Jardines/ terrazas para uso de clientes: X**
- **Actividades recreativas para clientes con medios propios: X**
- **Actividades para clientes subcontratados a otras empresas**
- **Piscina: X**
- **Salones para reuniones: X**
- **Juegos para niños: X**
- **Primeros auxilios**
- **Formas de pago**
- **Otros**

29. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: El hotel cuenta con 5 trabajadores y no tienen capacitación

30. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE

- **Fines de semana X**
- **Semana X**
- **Semana Santa**
- **Feriados X**
- **Navidad**
- **Verano**

31. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES: 2 noches

32. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA: Pernoctación

33. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- **Boca oreja** √
- **A través de operadora(cuales)**
- **De los hoteles y hosterías**
- **Promoción directa propia**
- **Página Web**
- **Reserva con anticipación**
- **Reserva teléfono X Internet**
- **Otros**

○ **Medios de transporte**	
34. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO ○ **Todo el año** √ ○ **temporal (indicar época)**	
35. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES **(permisos, registros y licencias)** Todos los permisos de funcionamiento	
20. Realizada por: Cristian Umaquinga	**Fecha:** 10-03-2012

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN: Hostal La Rosa (Av. Gonzalo Pizarro esquina y Juan Mantilla)	**2. FICHA N 3**	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO 2381619	**5. Email:** N/A	**6. WEB:** N/A
7. OPERA DESDE: 2002		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Hostal		
9. UBICACIÓN: Parroquia de Pifo		
Aislado	**Núcleo poblacional X**	**Carretera:**
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	**Edificio Tradicional:**	**Edificio Moderno: X**
11 CAPACIDAD: 20 personas		
Con baño	**con duchas**	**sin baño**
Dobles	10	N/A
Otras (múltiples)	0	N/A
Total Habitaciones	10	N/A
Total camas	20	N/A
OTROS		N/A
Capacidad Restaurante	N/A	N/A
Capacidad salones	N/A	N/A

36. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- **Restaurante con especialidades locales**
- **Restaurante cocina internacional**
- **Bar**
- **Comida para llevar**
- **Vehículos/ para el traslado de pasajeros**
- **Estacionamiento**
- **Jardines/ terrazas para uso de clientes:**
- **Actividades recreativas para clientes con medios propios:**
- **Actividades para clientes subcontratados a otras empresas**
- **Piscina:**
- **Salones para reuniones:**
- **Juegos para niños:**
- **Primeros auxilios**
- **Formas de pago**
- **Otros:** √

37. PERSONAL Y CAPACITACIÓN: El hotel cuenta con 3 trabajadores y no tienen capacitación

38. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE

- **Fines de semana X**
- **Semana X**
- **Semana Santa**
- **Feriados**
- **Navidad**
- **Verano**

39. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES: 2 noches

40. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA: Pernoctación

41. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:

- **Boca oreja X**
- **A través de operadora(cuales)**
- **De los hoteles y hosterías**
- **Promoción directa propia**
- **Página Web**
- **Reserva con anticipación**
- **Reserva teléfono X Internet**
- **Otros**
- **Medios de transporte**

42. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO ○ **Todo el año X** ○ **temporal (indicar época)**	
43. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES **(permisos, registros y licencias)** Todos los permisos de funcionamiento	
20. Realizada por: Cristian Umaquinga	**Fecha:** 10-03-2012

Fichas de empresas de gastronomía

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN Restaurante Amazonas	**2. FICHA N** 1	**3. FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO 2892 233	**5. Email**	**6. WEB:** www.restauranteamazonas.com
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA: Restaurante		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	**Núcleo poblacional**	**Carretera:** Pifo, vía interoceánica km 22 1/2
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	**Edificio Tradicional X**	**Edificio Moderno**
11 CAPACIDAD **capacidad del Restaurante:** 200 personas **capacidad de los Salomes** **Capacidad de Terrazas**		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS ○ **Restaurante con especialidades locales X** ○ **Restaurante cocina internacional** ○ **Bar** ○ **Comida para llevar X** ○ **Vehículos/ para el traslado de pasajeros** ○ **Estacionamiento X** ○ **Jardines/ terrazas para uso de clientes X** ○ **Actividades recreativas para clientes con medios propios X** ○ **Actividades para clientes subcontratados a otras empresas** ○ **Piscina** ○ **Salones para reuniones** ○ **Juegos para niños X** ○ **Primeros auxilios** ○ **Formas de pago X** ○ **Otros**		
13. PERSONAL Y CAPACIDAD: 15 personas y reciben capacitación esporádicamente		
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES ○ **Fines de semana X** ○ **Semana** ○ **Semana Santa** ○ **Feriados** ○ **Navidad** ○ **Verano**		
15.COMO LLEGAN SUS CLIENTES: ○ **Boca oreja X** ○ **A través de operadora(cuales)** ○ **De los hoteles y hosterías** ○ **Promoción directa propia** ○ **Página Web X** ○ **Reserva con anticipación** ○ **Reserva teléfono X Internet X** ○ **Otros** ○ **Medios de transporte**		
16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO ○ **Todo el año X** ○ **temporal (indicar época)**		
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES **(permisos, registros y licencias)**		
18. Ficha realizada por: Cristian Umaquinga		**19. Fecha: 10-03-2012**

Fichas de Empresas de Actividades

En el sector se constató que no existen empresas que oferten actividades turísticas en la parroquia de Pifo.

FICHAS DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES		
1. NOMBRE Y DIRECCCIÓN	**2. FICHA N 1**	**3.FICHAS ASOCIADAS**
4. TELÉFONO:	**5. e-mail:**	**6.Web**
7. OPERA DESDE: 1997		
8. LUGARES QUE OPERAN EN EL ÁREA:		
9. ACTIVIDADES QUE OFRECE.		
10. MEDIOS PROPIOS QUE DISPONE: o **Equipos propios para las actividades** o **Oficina** o **Vehículo para traslado y consumo de alimentos** o **Equipo de primeros auxilios** o **Radio** o **Otros** o **Formas de pago**		
11. CAPACIDAD MÁXIMA SIMULTÁNEA		
12. PERSONAL Y CAPACITACIÓN		
13. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES o **Fin de semana** o **Semana** o **Semana Santa** o **Feriados** o **Navidad** o **Verano**		
14. NÚMERO ESTIMADO DE CLIENTES/ Año 300 personas		
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES: o **Boca oreja** o **A través de operadora(cuales)** o **De los hoteles y hosterías** o **Promoción directa propia** o **Página Web** o **Reserva con anticipación** o **Reserva teléfono Internet** o **Otros** o **Medios de transporte**		

2.2.3.2 Análisis de la encuesta

Se aplicaron 112 encuestas, en su mayoría a turistas nacionales (gente local), los lugares donde se aplicó fueron; el parque central y los restaurantes locales de la avenida Interoceánica.

1.- Tabulación:

a) Sexo

Cuadro 1

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	74	62%
Femenino	46	38%
TOTAL	**120**	**100%**

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: Cristian Umaquinga

De acuerdo a la información del cuadro 1; se determinó que el 62% de los entrevistados pertenecen al sexo masculino y el 38% al femenino.

b) Edad

Cuadro 2

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAE
20-30 años	56	47%
31-40 años	44	37%
41-50 años	14	12%
51-60 años	6	5%
TOTAL	**120**	**101%**

De acuerdo a la información del cuadro 2; se determinó que el 47% de los entrevistados se encuentra en un rango de 20-30 años; el 37% está entre los 31-40años; el 12% entre los 41-50 años y el 5% entre los 51 a 60 años. Esto significa que el mayor porcentaje de turistas esta entre los 20-30 años quienes son un importante target para realizar turismo de aventura.

c) Profesión u Ocupación

Cuadro 3

PROFESIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Turismo	2	2%
Estudiante	20	17%
Ingeniero	14	12%
Administrador	10	8%
Carpintero	2	2%
Enfermera	2	2%
Diseñadora	6	5%
Tecnólogo	4	3%
Secretaria	2	2%
Artesano	4	3%
Conductor	2	2%
Ama de casa	8	7%
Profesor	8	7%
Jubilado	8	7%
Albañil	6	5%
Abogado	4	3%
Doctor	12	10%
Mecánico	6	5%
TOTAL	**120**	100%

De acuerdo a la información del cuadro 3; se determinó que el mayor porcentaje del entrevistados son estudiantes con el 17% seguido por los ingenieros con el 12% y los doctores con el 10% el resto de entrevistados con diferentes ocupaciones, tiene el mínimo porcentaje.

d) ¿Cree usted que la parroquia de Pifo puede ser un destino turístico de pernoctación?

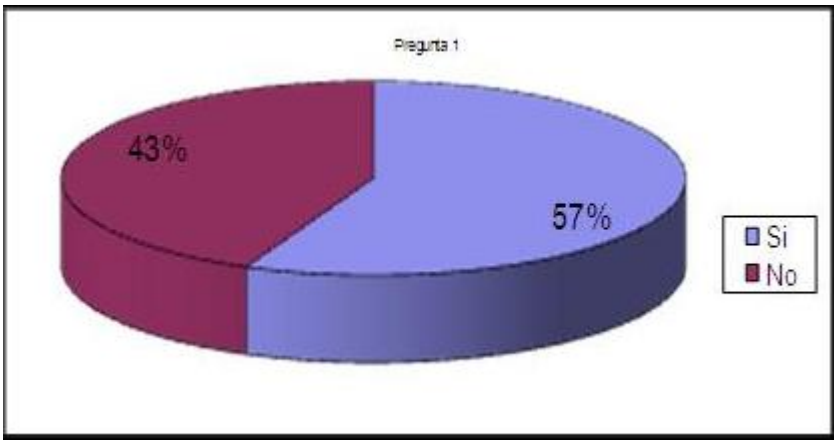


Gráfico 1

De acuerdo a la información del gráfico 1; se determinó que el 57% de los encuestados cree que Pifo puede ser un destino turístico de pernoctación mientras que el 43% opina lo contrario, hay poca diferencia entre la una y la otra pero hay que tomar en cuenta que Pifo puede convertirse en un lugar obligatorio de pernoctación por el nuevo aeropuerto de Quito que se inaugurará en octubre de este año.

e) ¿Cree usted que la parroquia de Pifo está preparada para tener gran afluencia turística?

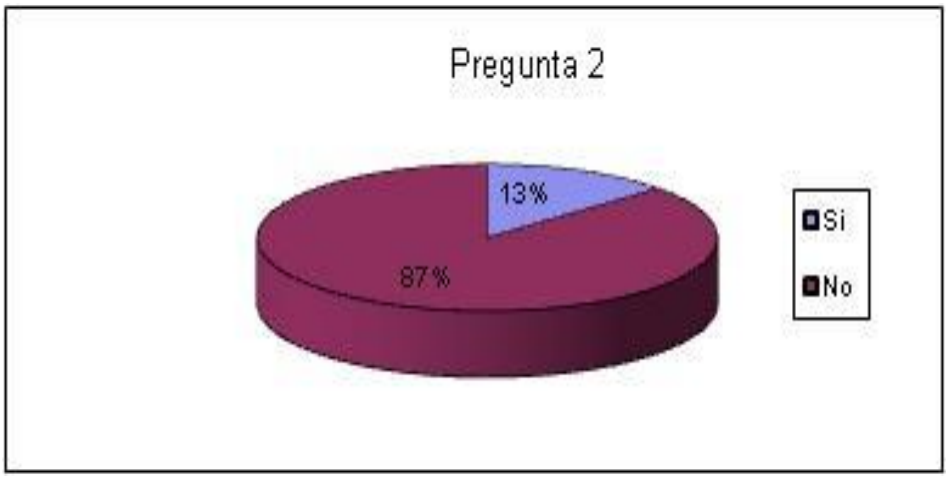


Gráfico 2

De acuerdo a la información del gráfico 2; se determinó que el 87% de los encuestados cree que la parroquia de Pifo sí está preparada para tener gran afluencia turística, mientras que el 13% piensa que no.

f) ¿Cómo considera la calidad de la infraestructura turística existente en la parroquia de Pifo?

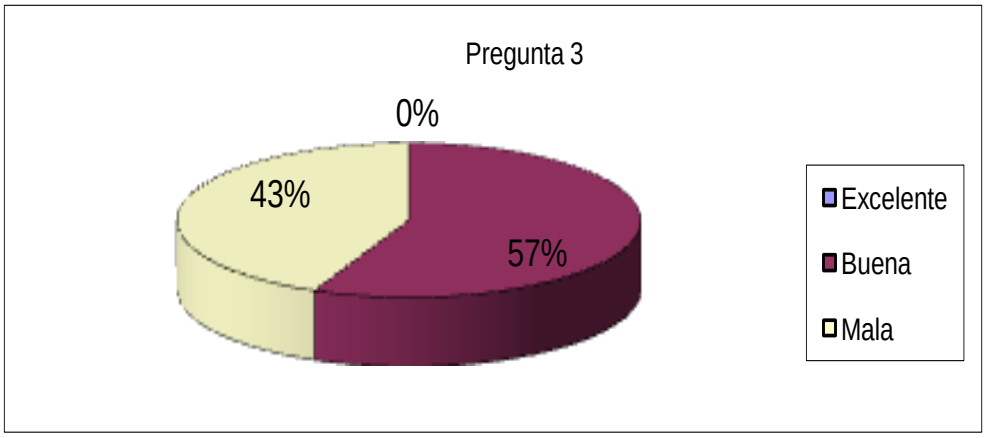


Gráfico 3

De acuerdo a la información del gráfico 3; se determinó que el 57% de los encuestados considera que la calidad de la infraestructura turística existente en la parroquia de Pifo es buena mientras que el 43% restante considera que es mala, esto puede deberse a la escasez de servicios turísticos de la zona.

g) ¿Como calificaría la atención que se da a los clientes en los diferentes servicios turísticos de la parroquia de Pifo?

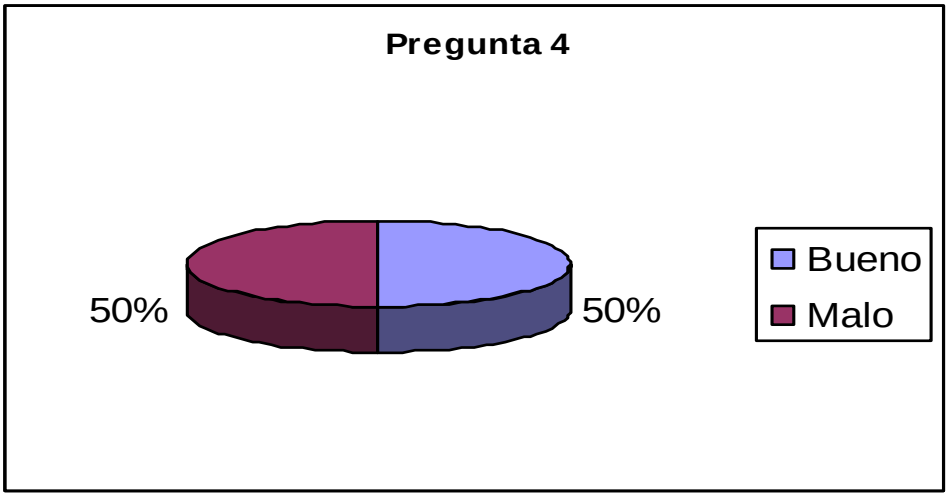


Gráfico 4

De acuerdo a la información del gráfico 4; se determinó que el 50% de los encuestados considera que la atención brindada a los clientes en los diferentes servicios turísticos es bueno y la otra mitad que es mala, una de las causas de la misma puede ser la falta de capacitación.

h) ¿Conoce usted de planes de inversión que el Estado fomenta para la creación de infraestructura turística?

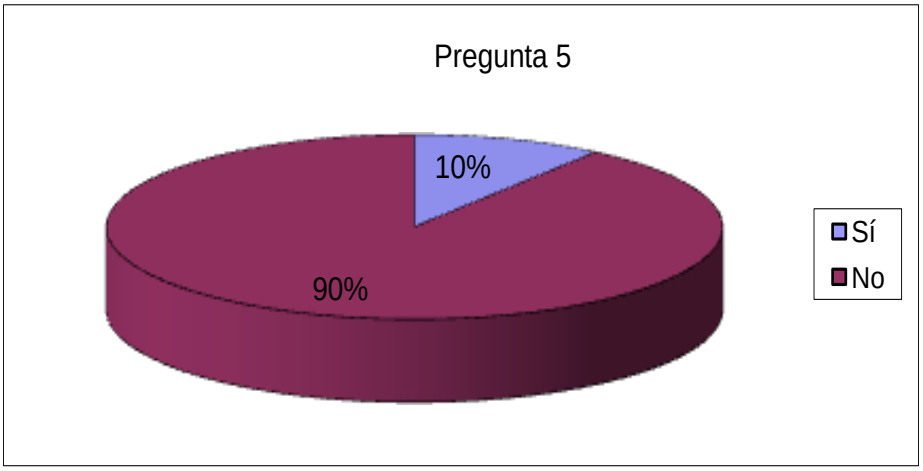


Gráfico 5

De acuerdo a la información del gráfico 5; se determinó que el 90% de los encuestados no conoce sobre planes de inversión que el Estado fomenta para mejorar la infraestructura turística mientras que tan solo el 10% conocía de los proyectos de inversión en actividad turística, un número reducido que corresponde a personas que trabajan en la Junta Parroquial en donde se pudo constatar el POA-2012 (Plan Operativo Anual), que es el presupuesto otorgado a la Junta Parroquial por parte del municipio competente, para la realización de obras en donde constan los proyectos turísticos a realizarse.

i) **¿Si tuviera la oportunidad de acceder a planes de financiamiento para turismo, invertiría?**

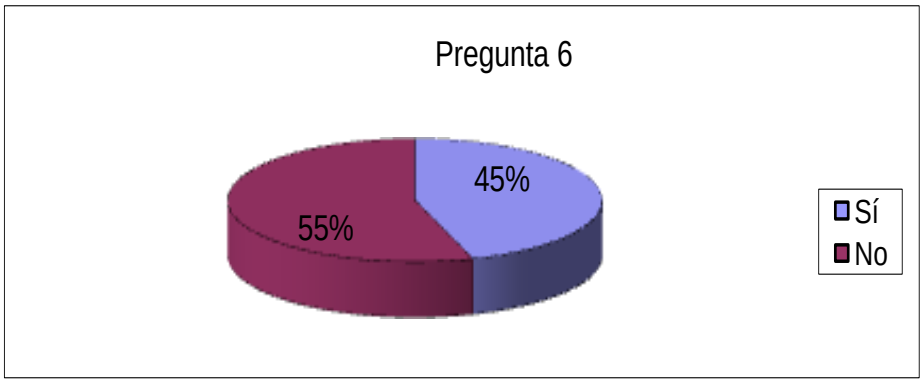


Gráfico 6

De acuerdo a la información del gráfico 6; se determinó que el 55% de los encuestados no invertiría en turismo si tuviera oportunidad de acceder a planes de financiamiento mientras y 45% sí lo haría. El mayor porcentaje es negativo debido a que el turismo es una actividad muy poco conocida en el sector y la mayor parte de su gente no tiene interés.

2.2.3.3 Sistematización de la entrevista

Se realizó una entrevista al señor Daniel Salazar quien es el presidente actual de la Junta Parroquial de Pifo y manifestó lo siguiente:

Una de las tantas funciones de la junta Parroquial de Pifo es la de gestionar ante los organismos del Estado la transferencia oportuna de los recursos económicos que por ley le corresponde a la parroquia, para la ejecución de obras públicas y prestación de servicios presupuestados, en coordinación con los consejos provinciales y los concejos municipales de la respectiva circunscripción territorial; y, demandar de éstos la ejecución oportuna de las obras constantes en el Plan Anual de Desarrollo Parroquial debidamente presupuestado.

Pifo nunca ha sido considerado como un destino turístico por ser un lugar de paso ya sea a la Amazonía ecuatoriana o al norte del país como es el Quinche donde miles de personas van especialmente los fines de semana por el turismo religioso. Al ser la actividad turística muy reducida en el sector ocasiona que la oferta de planta turística sea escasa y esto puede acarrear que no haya iniciativa de mejorar el servicio hacia el turista; con esto no quiero decir que el servicio es malo, la calidad es buena pero se puede mejorar en muchos aspectos.

Las vías de acceso a la parroquia son de primer orden ya sea el ingreso por la parte norte, su, este u oeste.

Los costos para visitar los diferentes atractivos de lugar son relativamente bajos ya que existen los medios para hacerlo como son el transporte público o privado (taxi) y existen lugares muy interesantes para visitar y hacer deportes de aventura como son: bicicletas, caminatas, camping etc.

Actualmente la Junta Parroquial no cuenta con políticas de promoción y publicidad debido a que recién a partir de este año el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito designó un presupuesto de 3500 USD para la recuperación del Ciclo Paseo con una difusión y 4 eventos de promoción.

CAPITULO III

RESULTADOS DE LAINVESTIGACIÓN

3.1 Categorización y Jerarquización de atractivos turísticos

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor ; y, en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico, donde se ubica el atractivo.

3.1.1. Sobre el inventario de atractivos turísticos

Cuando se analizan los atractivos turísticos es importante definir bajo qué metodología se han clasificado y sobre qué base se determinan su jerarquización; es por ello que debe definirse que este trabajo se ha sometido a la "Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos" del Ministerio de Turismo, por cuanto constituye la metodología oficial del país.

Esta metodología clasifica a los atractivos en categorías, tipos y subtipos, mientras que determina una jerarquización que va de 4 a 1.

De esta manera, de acuerdo a dicha metodología, se entiende por:

"Categoría: Aquella que define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza"

"Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría"
"Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos".

Se cuenta entonces con dos categorías: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales, cada una de las cuales a su vez reconoce varios tipos:

Sitios Naturales reconoce los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares y sistema de áreas protegidas

Manifestaciones culturales reconoce los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.
A su vez cada tipo cuenta con una sub.-clasificación en subtipos que puede ser observada en la correspondiente metodología.

Por otra parte, las jerarquías se conceptualizan de la siguiente manera:

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

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

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

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

1 a 25 puntos	**Jerarquía I**
26 a 50 puntos	**Jerarquía II**
51 a 75 puntos	**Jerarquía III**
76 a 100 puntos	**Jerarquía IV**

3.1.3 Cuadro de jerarquización de atractivos de la parroquia de Pifo

Cuadro de descripción de parámetros de evaluación

Atractivo 1: Cerro Coturco

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	**Valor intrínseco** **Valor extrínseco** **Entorno** **Estado de conservación**	**4** **5** **4** **3**
Apoyo	**Acceso** **Servicios** **Asociación con otros Atractivos**	**1** **1** **3**
Significado	**Local** **Provincial** **Nacional** **Internacional**	**2** **1** **0** **0**
	Total	**24**
	Jerarquía	**I**

Atractivo 2: Cerro Pishanga o Peñas Blancas

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	**Valor intrínseco** **Valor extrínseco** **Entorno** **Estado de conservación**	**6** **4** **6** **8**
Apoyo	**Acceso** **Servicios** **Asociación con otros Atractivos**	**5** **1** **2**
Significado	**Local** **Provincial** **Nacional** **Internacional**	**2** **0** **0** **0**
	Total	**34**
	Jerarquía	**II**

Atractivo 3: Laguna de boyeros

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	Valor intrínseco	7
	Valor extrínseco	5
	Entorno	6
	Estado de conservación	5
Apoyo	Acceso	2
	Servicios	1
	Asociación con otros Atractivos	3
Significado	Local	1
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Total	30
	Jerarquía	II

Atractivo 4: Bosque de Polylepis "árbol de papel)

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	Valor intrínseco	6
	Valor extrínseco	5
	Entorno	5
	Estado de conservación	8
Apoyo	Acceso	3
	Servicios	1
	Asociación con otros Atractivos	3
Significado	Local	2
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Total	33
	Jerarquía	II

Atractivo 5: La Tolita

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	Valor intrínseco	3
	Valor extrínseco	3
	Entorno	1
	Estado de conservación	5
Apoyo	Acceso	3
	Servicios	1
	Asociación con otros Atractivos	1
Significado	Local	1
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Total	18
	Jerarquía	I

Atractivo 6: Piscina Parroquial

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	Valor intrínseco	3
	Valor extrínseco	3
	Entorno	2
	Estado de conservación	5
Apoyo	Acceso	5
	Servicios	2
	Asociación con otros Atractivos	2
Significado	Local	2
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Total	24
	Jerarquía	I

Atractivo 7: Iglesia Parroquial San Sebastián de Pifo

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	Valor intrínseco	4
	Valor extrínseco	3
	Entorno	3
	Estado de conservación	4
Apoyo	Acceso	7
	Servicios	1
	Asociación con otros Atractivos	1
Significado	Local	2
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Total	25
	Jerarquía	I

Atractivo 8: Fiestas Patronales de la parroquia en honor a San Sebastián de Pifo

Variable	Factor	Puntos máximos
Calidad	Valor intrínseco	5
	Valor extrínseco	6
	Entorno	5
	Estado de conservación	5
Apoyo	Acceso	7
	Servicios	4
	Asociación con otros Atractivos	3
Significado	Local	2
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Total	37
	Jerarquía	II

3.1.3 Ficha de resumen de inventario de atractivos turísticos

Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Total	Jerarquía
	Intrínsico	Extrínseco	Entorno	Estado de conservación	Acceso	Servicios	Asociación con otros atractivos	Local	Provincial	Nacional	Internacional		
Valores	*Max 15*	*Max 15*	*Max 10*	*Max 10*	*Max 10*	*Max 10*	*Max 5*	*Max 2*	*Max 4*	*Max 7*	*Max 12*		
CERRO COTURCO	4	5	4	3	1	1	3	2	1	0	0	**24**	I
CERRO PISHANGA O PEÑAS BLANCAS	6	4	6	8	5	1	2	2	0	0	0	**34**	II
LAGUNA DE BOYEROS	7	5	6	5	2	1	3	1	0	0	0	**30**	II
BOSQUE DE POLYLEPIS "ÁRBOL DE PAPEL"	6	5	5	8	3	1	3	2	0	0	0	**33**	II
LA TOLITA	3	3	1	5	3	1	1	1	0	0	0	**18**	I
IGLESIA PARROQUIAL SAN SEBASTIÁN DE PIFO	4	3	3	4	7	1	1	2	0	0	0	**25**	I
FIESTAS PATRONALES DE LA PARROQUIA EN HONOR A SAN SEBASTIÁN DE PIFO	5	6	5	5	7	4	3	2	0	0	0	**37**	II

CAPÍTULO IV

PROPUESTA EN TORNO A LA INVESTIGACIÓN

Como se ha demostrado en los capítulos anteriores, la parroquia de Pifo cuenta con recursos que al ser debidamente promocionados y manejados, pueden aumentar y lograr mejores niveles de visita.

Por esto se ha determinado plantear varias propuestas para dar a conocer tanto los recursos naturales como culturales del lugar, con miras a que este punto geográfico deje de ser un paso obligatorio para los turistas que van de visita hacia la Amazonía o a la parte norte del país como es la Provincia de Imbabura.

Lo que se pretende básicamente es que el turista entre, conozca, disfrute, admire y a la vez deje su dinero en Pifo; de esa manera se dará pie al desarrollo económico de la parroquia, gracias a los ingresos que generan los visitantes; de la misma manera se motivará a los prestadores de servicios turísticos a alcanzar altos niveles de calidad con sus productos para captar mayor cantidad de clientes gracias a la buena atención, los servicios de primera y la apariencia renovada de sus negocios.

De acuerdo a la investigación realizada se han creado las siguientes propuestas de productos turísticos que se pueden ofertar en la parroquia de Pifo:

ATRACTIVO	PROPUESTA TURÍSTICA
Cerro Coturco	• Senderismo • Fotografía • Camping • Ciclismo de montaña
Cerro Pishanga (Peñas Blancas)	• Climbing • Excursiones de Trekking
Laguna de Boyeros	• Pesca deportiva • Caminatas alrededor
Bosque de Polylepis "árbol de papel"	• Caminatas por senderos ecológicos • Camping • Excursionismo • Investigaciones científicas
La Tolita	• Investigaciones científicas
Piscina Parroquial	• Natación (recreación)
Iglesia parroquial San Sebastián de Pifo	• Visitas guiadas para conocer sobre la historia de la iglesia
Fiestas Patronales de la parroquia en honor a San Sebastián de Pifo	• Visita turística para conocer la cultura de un pueblo, quema de chamizas (grandes fogatas), juegos pirotécnicos, peleas de gallos, carreras de caballos, desfiles cívicos, carros alegóricos (decorados), desfiles de comparsas y de chagras, y toros populares.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El contenido de este capítulo es básicamente lo que en primera instancia se requiere para empezar la actividad turística en la parroquia de Pifo, ya que como se ha venido mencionando, los productos que se pueden ofrecer al mercado turístico son de gran valor sobre todo de naturaleza. El principal problema es la insuficiente promoción, el desconocimiento de la existencia de estos destinos posiblemente de gran afluencia turística. Es por eso que se los ha venido dejando de lado dentro de los paquetes turísticos en circuito oriental.

Conclusiones

- La base de datos con respecto a la información turística a la parroquia de Pifo del Cantón Quito es casi inexistente por falta de estudios previos. Esta carencia es un limitante para poner en marcha proyectos de desarrollo turístico en la zona.
- Pifo es una parroquia, que con un manejo adecuado de los recursos turísticos, se podría lograr posicionarla en el mercado.
- El Levantamiento de los atractivos Turísticos de la parroquia de Pifo definitivamente es una herramienta útil, ya que es detallado en cuanto a información y localización de los recursos existentes.
- La metodología empleada para el levantamiento de Atractivos Turísticos, es bastante manejable, y es la que actualmente el Ministerio de Turismo está utilizando para realizar trabajos similares.
- La información recopilada en este trabajo es completa, detallada; justamente la necesaria e indicada para poder acceder a los lugares mencionados en el presente inventario.
- En la Jerarquización se obtiene atractivos únicamente de II y I categoría, que si bien es cierto es baja, se los puede complementar con los Atractivos del Cantón Cayambe como es la Reserva Ecológica Cayambe-Coca.
- La construcción del nuevo aeropuerto a poca distancia de la parroquia de Pifo será un gran impulso tanto para el turismo interno como externo, ya que al

tratarse de un lugar de ingreso turístico podrá generar que más personas tengan el interés de explorar los lugares aledaños al sector.

- El estudio de investigación facilitará mayor información turística sobre los atractivos y sus posibles potencialidades para la elaboración de nuevos productos turísticos.

Recomendaciones

- Fomentar en la población una educación y cultura turística, para que se pueda empezar a desarrollar un turismo de calidad en la parroquia.
- Atraer inversión para mejorar la súper estructura, así se logrará un considerable porcentaje de ingresos para el sector de los prestadores de servicios.
- El Estado Ecuatoriano debería considerar el realizar un reajuste en los presupuestos para los Gobiernos parroquiales especialmente para las que están ubicadas alrededor del nuevo aeropuerto, y éstos a su vez, hacer una adecuada distribución de los recursos para el ámbito turístico, ya que lo asignado es demasiado bajo como para poder emprender proyectos de desarrollo turístico.
- La Junta Parroquial de Pifo debe preocuparse por promocionar mediante todos los medios posibles a los lugares turísticos, participando en ferias, publicando material impreso, que sea distribuido estratégicamente.
- Buscar la participación activa de la población local, para lograr involucrarla en el desarrollo turístico de sus propias comunidades, y de esta manera proponer actividades alternativas que permitan tener ingresos económicos, lo que les servirá para mejorar su calidad de vida.

BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Turismo, "Ecuador cierra el 2011 con la llegada de más de un millón ciento veinte y ocho mil turistas extranjeros**"** http://www.turismo.gob.ec (28, enero, 2012)
- Junta Parroquial de Pifo, "Pifo necesita de una formación técnica y profesional para la actividad turística" http://www.galeon.com/pifo/menu8/menu8d.html (05, abril, 2012)
- Quito Turismo, "La evaluación de la Implantación del PlanQ, el Macroprograma de Mercadeo y Promoción ha implantado todas las acciones para la promoción del turismo en Quito" http://www.quito.com.ec (03, mayo, 2012)
- Ministerio de Turismo, "Presenta el Programa Nacional de Capacitación Turística, PNCT, el cual se constituye en una herramienta pionera que tiene como objetivo fortalecer al sector turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos y de esa forma generando una mayor competitividad sistémica del sector "http://www.turismo.gob.ec (03, mayo, 2012).
- Soliz, D.(2011). *El turismo como política de Estado, prioridad para el desarrollo del EcuadoR.* Consultado: (2003) Disponible en: http://www.cordanec.com/Descargas/Turismo/IV_2.PDF
- Mejía, L.M. (S-F) Parroquia Pifo; Historia, Comunidades, Lugares Turísticos, Anécdotas, 2-4. Extraido el 15de mayo del 2012.

APÉNDICE O ANEXOS

ANEXO 1: Recopilación de información (Fichas)

Técnicas de Investigación

<table>
<tr><td>TIPO: X MÉTODO: TÉCNICA:
INVESTIGACIÓN: Descriptiva y cuantitativa</td><td>FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 01</td></tr>
<tr><td>LUGAR: Ministerio de Turismo</td><td>FECHA: 30 de enero del 2011</td></tr>
<tr><td>TEMA: Insuficiente promoción e información turística de la parroquia de Pifo</td><td>FOTOGRAFÍA:
</td></tr>
<tr><td colspan="2">ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:
Se realizó una visita al Ministerio de Turismo ubicado en la avenida Eloy Alfaro N32-300 y Carlos Tobar, con el fin de investigar la promoción e información turística de la parroquia de Pifo, el señor Julio Carrión y la señorita Lilian Figueroa, muy amablemente me ayudaron con la información sobre la promoción e información turística de la parroquia de Pifo. Una promoción enfocada solo para la parroquia de Pifo no existe, ya que los fondos decretados para la promoción turística son manejados por el Consejo Provincial de Pichincha en conjunto con los municipios y las juntas parroquiales. El Ministerio es el encargado de la promoción turística del país de manera macro e invitan a instituciones privadas y estatales a la participación en ferias ya sean nacionales o internacionales que sean de carácter turístico.
No existe una información completa y actualizada de este sector y una de las razones puede ser que es un lugar donde predomina la producción netamente agrícola.
El último catastro de servicios y atractivos turísticos realizado por el Ministerio de Turismo fue en el año 2002.</td></tr>
<tr><td colspan="2">RESULTADOS: No se obtuvo mayor información</td></tr>
<tr><td colspan="2">CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ X NO</td></tr>
<tr><td colspan="2">ELABORADO POR: Cristian Umaquinga</td></tr>
</table>

.

TIPO: X **MÉTODO:** **TÉCNICA:** **INVESTIGACIÓN:** Descriptiva y cuantitativa	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 02**
LUGAR: Gobierno Provincial de Pichincha	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Insuficiente promoción e información turística de la parroquia de Pifo.	**FOTOGRAFÍA:**

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

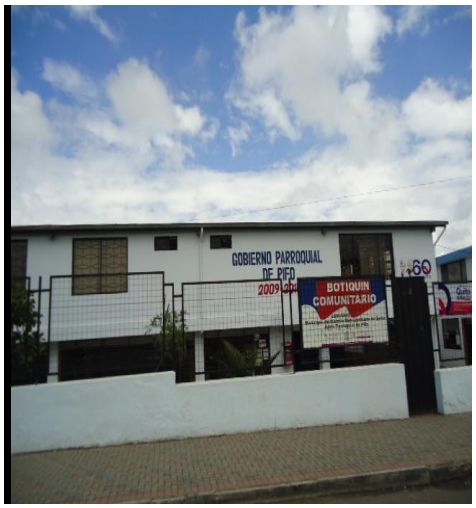
Se realizó una visita Gobierno Provincial de Pichincha ubicado en la Calle Manuel Larrea N13-45 con el fin de investigar la promoción e información turística de la parroquia de Pifo. El señor Andrés Gallardo nos ayudó con la información requerida. Se observó que esta institución tiene un enfoque más claro en lo que respecta a la promoción e información turística de las parroquias que corresponden al Distrito Metropolitano de Quito. Esta información se refiere a mapas, trípticos, etc.

RESULTADOS: La Información recopilada es muy útil.

CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: **SÍ** X **NO**

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

.

TIPO: X **METODO:** **TECNICA:** **INVESTIGACION:** Descriptiva y cuantitativa	**FICHA DE INVESTIGACION #: 04**
LUGAR: Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Insuficiente promoción e información turística de la parroquia de Pifo.	**FOTOGRAFÍA:** 

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

Se realizó una visita a la Junta Parroquial de Pifo y se constató que no existe ningún levantamiento de atractivos turísticos por parte de este gobierno seccional. El Municipio de Quito ha propuesto un plan para la actividad turística para el período 2012-2014, pero aún no existe un proyecto totalmente definido.

RESULTADOS: No se obtuvo información de promoción e información turística.

CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: **SÍ** X **NO**

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

.

TIPO: X **MÉTODO:** **TÉCNICA:** **INVESTIGACIÓN:** Descriptiva y cuantitativa	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 05**
LUGAR: Ministerio de Turismo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Poco interés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: El Ministerio de Turismo informó que las actividades de turismo se desarrollan de mejor manera en lugares que cuentan con atractivos potenciales como son: atractivos culturales, naturales, religiosos, entre otros.	
RESULTADOS: No se obtuvo mayor información	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: **SÍ** X **NO**	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: X **MÉTODO:** **TÉCNICA:** **INVESTIGACIÓN:** Descriptiva y cuantitativa	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 06**
LUGAR: Gobierno Provincial de Pichincha	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Poco interés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: No se pudo encontrar información útil al respecto	
RESULTADOS: No existe información.	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: **SI** X **NO**	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: X **MÉTODO:** **TÉCNICA:** **INVESTIGACIÓN:** Descriptiva y cuantitativa	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 07**
LUGAR: Quito Turismo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Poco interés en la actividad turística como medio de desarrollo económico.	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: No existe información al respecto pero se obtuvo estadísticas de la actividad turística de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito.	
RESULTADOS: No existe información al respecto	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: **SI** X **NO**	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: X **MÉTODO:** **TÉCNICA:** **INVESTIGACIÓN:** Descriptiva y cuantitativa	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 08**
LUGAR: Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Poco interés en la actividad turística como medio de desarrollo económico.	**FOTOGRAFÍA:**

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

Se realizó una visita a la Junta Parroquial de Pifo y se nos facilitó un registro de unidades productivas de la parroquia en donde se registraron alrededor de 13 actividades comerciales, las que se detallan en el anexo:

Actividad	Empresas
Comecialización de Gas	Agipgas, centro de almacenamiento,embasado y distribución de gas
	Autogas S.A
	Industrias y Petroleos S.A Itulcachi
Téxtiles	Sintofil, hiladora y telas
Muebles y Madera	Fabrica de muebles, Cristian Donoso
Agricolas	Bodega Agrícola Troje Meter Bachman
	Hacienda Santa Fé Cia Ltda.
Alimentos preparados	Pronaca
	Snob
	Brupo Bass
	Conservas Kennet C.A
Fabricación partes y piezas	Egar, frenos y zapatas
	Treca Tronos, trenes de rodaje
Comercialización de derivados	Repsol
	Texaco
	Petro Comercial
	Gran Marcelino
Comunicación	HCJB, antenas trasmisión radio
Hospedaje	Hostería Nevada
	Hostería Chantag (Cerrado)
	Hostal La Rosa
	Hostal Oriente (Cerrado)
	Hostal La Dicha
Restaurante	Amazonas
Instituciones bancarias	Cooperare
	Banco del Pichincha
	Coompartamos
Materiales de construccion	Siloxido Gres
	Hormec
	Prefabricados y equipos
Minas	Construarenas Cia Ltda
Florícolas	Agroplantas
	Biolcom Cia Ltda.
	Cultivos Hyperactives Cia Ltda.
	Entrusr
	Eqflor Cia Ltda.
	Flor del Valle Cia Ltda.
	Flor Pifo
	Florepsa Cia Ltda
	Flores Paola Andrade
	Florexcor
	Flower Village
	Pifogardens S.A
	Hacienda Santa Fé Cia Ltda.
	Valle Flor
	San Javier
	Suquince
	Tecnoflor

RESULTADOS: Se obtuvo información relacionada a las actividades productivas.

CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: **SI** X **NO**

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

TIPO: X **MÉTODO:** **TÉCNICA:** **INVESTIGACIÓN:** Descriptiva y cuantitativa	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 09**
LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: No se cuenta con personal capacitado para atender de la demanda turística.	**FOTOGRAFÍA:**

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

1. El Ministerio de Turismo no cuenta con la información sobre el personal capacitado para atender a la demanda turística.
2. No existe registro de capacitaciones ni instituciones educativas que brinden capacitaciones respecto a la actividad turística.
3. Quito turismo no tiene un registro de capacitaciones turísticas de la parroquia de Pifo
4. No existe un registro de capacitaciones y personal capacitado para atender la demanda turística.

RESULTADOS: No se obtuvo mayor información

CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: **SI** X **NO**

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

.

TIPO: X **MÉTODO:** **TÉCNICA:** **INVESTIGACIÓN:** Descriptiva, cuantitativa y cualitativa	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 10**
LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Baja inversión en infraestructura turística.	**FOTOGRAFÍA:**

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

1. El Ministerio de Turismo cuenta con un registro de hostales, restaurantes y agencias de viajes que existen en el sector de Pifo
2. El Gobierno Provincial de Pichincha no cuenta con un registro de infraestructura de la parroquia de Pifo.
3. Quito Turismo en su registro de infraestructura turística cuenta con algunos datos entre los que encontramos: la iglesia de la parroquia, la piscina municipal y la hacienda Chantag.
4. Se encontró un registro de unidades productivas que existen en la parroquia de Pifo.
5. La Junta parroquial de Pifo cuenta con un presupuesto para proyectos turísticos, este es un plan que tiene el apoyo del Municipio de Quito de la administración ubicada en el sector de Tumbaco, el proyecto abarca un tiempo de 2 años hasta el 2014.

RESULTADOS: El hecho de ser un lugar de paso puede ocasionar que los entes públicos o privados se vean limitados para invertir en infraestructura turística.

CUMPLE CON LA HIPOTESIS: **SI** X **NO**

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

Métodos De Investigación

<table>
<tr><td>TIPO: MÉTODO: X TÉCNICA:
INVESTIGACIÓN: Deductivo y analítico</td><td>FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 11</td></tr>
<tr><td>LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo</td><td>FECHA: 30 de enero del 2011</td></tr>
<tr><td>TEMA: Insuficiente promoción e información turística de la parroquia de Pifo</td><td>FOTOGRAFÍA:
</td></tr>
<tr><td colspan="2">ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:
El Ministerio de Turismo trabaja en conjunto para la promoción e información turística a los gobiernos seccionales, Consejos provinciales y Juntas Parroquiales.</td></tr>
<tr><td colspan="2">RESULTADOS: Se obtuvo información sobre las competencias de cada institución gubernamental</td></tr>
<tr><td colspan="2">CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SI X NO</td></tr>
<tr><td colspan="2">ELABORADO POR: Cristian Umaquinga</td></tr>
</table>

.

TIPO: MÉTODO: X TÉCNICA: INVESTIGACIÓN: Inductivo y Analítico	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 12**
LUGAR: Ministerio de Turismo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: Según la información levantada por el Ministerio de Turismo se determina que la población de de las zonas rurales se dedica en su gran mayoría a las actividades agrícolas, razón por la cual el turismo no puede haberse convertido en una actividad relevante. No hay información del porcentaje de la población de un determinad o lugar, que se dedica a la actividad turística.	
RESULTADOS: Se obtuvo muy poca información al respecto	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ X NO	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

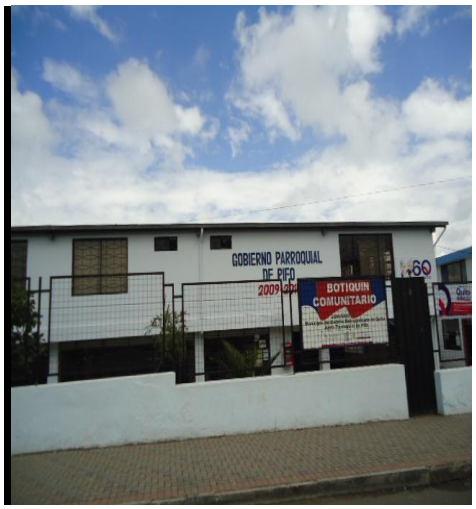
.

TIPO: MÉTODO: X TÉCNICA: INVESTIGACIÓN: Inductivo y Analítico	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 13**
LUGAR: Gobierno Provincial de Pichincha	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: No existe información útil sobre el turismo como una actividad de desarrollo a nivel de la parroquia de Pifo.	
RESULTADOS: No hay información	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ X **NO**	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: MÉTODO: X TÉCNICA: INVESTIGACIÓN: Inductivo y analítico	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 14**
LUGAR: Quito Turismo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: Se obtuvo información sobre la actividad turística de la parroquia de Pifo.	
RESULTADOS: No existe información.	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SI X **NO**	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: MÉTODO: X TÉCNICA: INVESTIGACIÓN: Inductivo y Analítico	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 15**
LUGAR: Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	**FOTOGRAFÍA:** 
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: Según la investigación la actividad turística que se realiza en el sector no tiene aún la importancia que debería tener como medio de desarrollo económico ya que existen otras actividades que se practican en la zona desde, hace mucho tiempo atrás como: es la agricultura. Según el registro de establecimientos turísticos, en la parroquia existen 4 hostales de la cuales 2 ya no están en funcionamiento, 1 hostería, así como 1 restaurante que ofrecen los servicios que un turista demanda en cuanto a comida.	
RESULTADOS: Se pudo determinar que una de las actividades principales es la agricultura (Floricultura)	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SI X **NO**	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: MÉTODO: X TÉCNICA: INVESTIGACIÓN: Inductivo y Analítico	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 16**
LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: No se cuenta con personal capacitado para atender de la demanda turística	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: Ninguna de las 4 instituciones tiene un registro de capacitaciones turísticas a nivel de las parroquias. Se detallan información sobre el PNCT Programa Nacional de Capacitación Turística que se realiza a nivel de país.	
RESULTADOS: Se obtuvo muy poca información al respecto	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SI NO	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: MÉTODO: X TÉCNICA: INVESTIGACIÓN: Descriptiva, cuantitativa y cualitativa.	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 17**
LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Baja inversión en infraestructura turística.	**FOTOGRAFÍA:**

ANALISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

1. El Ministerio lleva un registro de infraestructura turística de cada lugar, población, ciudad el mismo que conforma el registro de infraestructura turística a nivel de país.
2. Se necesita conocer los proyectos a largo plazo para conocer cuál podría ser la proyección de la infraestructura turística.
3. Se investigó que Quito Turismo tiene como una de sus competencias el conocer si la infraestructura de un lugar determinado está en capacidad de generar un turismo masivo.
4. La infraestructura actual de la parroquia de Pifo es muy limitada debido a la poca actividad turística que existe en el sector.

RESULTADOS: Se obtuvo muy poca información al respecto

CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ X NO

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

Técnicas de Investigación

<table>
<tr><td>TIPO: MÉTODO: TÉCNICA: X
INVESTIGACIÓN: Observación</td><td>FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 18</td></tr>
<tr><td>LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo</td><td>FECHA: 30 de enero del 2011</td></tr>
<tr><td>TEMA: Insuficiente promoción e información turística de la parroquia de Pifo</td><td>FOTOGRAFÍA:

</td></tr>
<tr><td colspan="2">ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:
1. No existe una información actualizada de los atractivos de la parroquia de Pifo así como también una promoción nula del sector, según el catastro de atractivos de esta institución fue levantado en el 2002 en donde registran atractivos naturales y culturales los mismos que se detallaran en su respectiva ficha.
2. Se observo que la información proporcionada es muy útil pero no esta actualizada con respecto a la promoción e información turística de la parroquia de Pifo, esta institución también cuenta con la misma información del Ministerio de Turismo con respecto a los atractivos
3. Quito turismo cuenta con amplia información turística de atractivos que son potenciales como es el caso de museos de la capital parques, boulevares etc, pero con respecto a información turística y promoción de la parroquia de Pifo es bastante limitada.
4. No se observo ningún valla publicitaria con respecto a turismo en la parroquia de Pifo, solo existe información vial.</td></tr>
<tr><td colspan="2">RESULTADOS: Poca información sobre promoción e información turística de la parroquia de Pifo</td></tr>
<tr><td colspan="2">ELABORADO POR: Cristian Umaquinga</td></tr>
</table>

.

TIPO: MÉTODO: TÉCNICA: X **INVESTIGACIÓN:** Observación	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 19**
LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Desinterés en la actividad turística como medio de desarrollo económico	**FOTOGRAFÍA:**

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

1. No existen instituciones públicas o privadas que brinden apoyo turístico a la población de Pifo para generas interés en el desarrollo de esta actividad.
2. El Gobierno provincial de Pichincha no tiene un plan de fomentar el turismo en la parroquia de Pifo al ser considerada como un lugar de paso.
3. Quito Turismo cuenta con información de proyectos para las parroquias, que realiza Quito Turismo, junto con los otros gobiernos seccionales pero nada específico sobre esta parroquia
4. La Junta parroquial carece de programas que incentiven a la comunidad para realizar actividades turísticas ya que una de las actividades principales del sector es la agricultura.

RESULTADOS: Poca información sobre la actividad turística realizada en la parroquia de Pifo

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

.

TIPO: MÉTODO: TÉCNICA: X **INVESTIGACIÓN:** Sondeo de opinión	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 20**
LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: No se cuenta con personal capacitado para atender de la demanda turística	**FOTOGRAFÍA:**

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

1. No se pudo constatar en ninguna de las 4 instituciones un calendario de capacitación de personal que labora en las actividades turísticas debido a que la infraestructura es muy escasa.
2. Un grupo de personas mencionó que no existen capacitaciones turísticas ya que la una buena parte de la población ejerce la actividad agropecuaria y han recibido este tipo de capacitaciones por parte de empresas privadas como son el MAGAP y el INAMHI.

RESULTADOS: Se obtuvo muy poca información al respecto

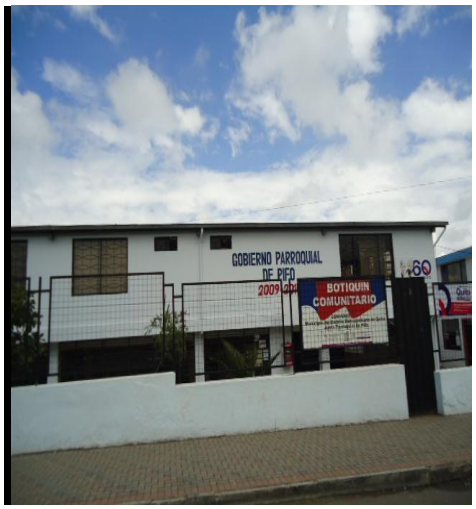
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ NO

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

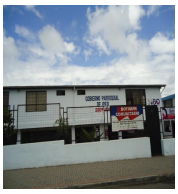
.

TIPO: MÉTODO: TÉCNICA: X **INVESTIGACIÓN:** Encuesta	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 21**
LUGAR: Ministerio de Turismo, Gobierno provincial de Pichincha, Quito Turismo y Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Baja inversión en infraestructura turística.	**FOTOGRAFÍA:**
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: No existen programas que incentiven la inversión turística y una de las razones principales de la presente investigación es el crear una nueva alternativa de desarrollo económico, que es la inversión en el turismo. El proyecto del nuevo aeropuerto está considerado el desarrollo de la "zona franca" dentro de la cual se ha previsto implantar un Parque Tecnológico y la instalación de cierto tipo de industrias, comercios, sector turístico y prestación de múltiples servicios, lo cual se determinará con mayor precisión mediante el estudio que está en proceso.	
RESULTADOS: Se obtuvo muy poca información al respecto	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ X NO	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: MÉTODO: TÉCNICA: X **INVESTIGACIÓN:** Entrevista	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 22**
LUGAR: Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Insuficiente promoción e información turística de la parroquia de Pifo	**FOTOGRAFÍA:** 
ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN: Se realizó una entrevista al Presidente de la Junta Parroquial de Pifo en donde nos ha mencionado que la promoción e información turística de la parroquia es insuficiente; para los próximos 4 años el Municipio de Quito ha designado recursos económicos para la promoción y generación de proyectos turísticos.	
RESULTADOS: Se obtuvo el presupuesto para la actividad turística de la parroquia de Pifo.	
CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ X **NO**	
ELABORADO POR: Cristian Umaquinga	

.

TIPO: MÉTODO: TÉCNICA: X **INVESTIGACIÓN:** Encuesta	**FICHA DE INVESTIGACIÓN #: 23**
LUGAR: Junta Parroquial de Pifo	**FECHA:** 30 de enero del 2011
TEMA: Baja inversión en infraestructura turística.	**FOTOGRAFÍA:** 

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN:

Pifo al ser un lugar que no ha sido aprovechado turísticamente a su máximo nivel, puede generar que mucha gente no tome el riesgo de invertir en la actividad turística ya que existen un sin número de propuestas para la creación de servicios turísticos de calidad. Para conocer la opinión de la población se procedió a realizar una encuesta bajo el siguiente cálculo muestral:

$$n = \frac{Z^2 * PQ}{E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5}{0,0025}$$

$$n = 768,32$$

$$n = \frac{Z^2 * PQN}{E^2 (N-1) + Z^2 * PQ}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 \times 0,5 \times 16645}{0,05^2 (16645-1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5 \times 16645}{0,0025 (16644) + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{15985,858}{41,61 + 0,9604}$$

$$n = \frac{15986}{142,5704}$$

$$n = 112,13$$

RESULTADOS: Se necesita consolidar a Pifo como un atractivo para motivar a la inversión turística ya sea pública o privada.

CUMPLE CON LA HIPÓTESIS: SÍ X **NO**

ELABORADO POR: Cristian Umaquinga

ANEXO 2: Fotografías de atractivos inventariados

1. Cerro Coturco:

2. Cerro Pishanga o Peñas Blancas

3. Laguna de Boyeros

4. Bosque de Polylepis “árbol de papel”

5. La Tolita

6. Piscina Parroquial

7. Iglesia Parroquial San Sebastián de Pifo

8. Fiestas Patronales de la parroquia en honor a San Sebastián de Pifo

ANEXO 3: Mapa de atractivos inventariados de la parroquia de Pifo

ANEXO 4: Matriz De Plan Operativo Anual (POA) de la parroquia de Pifo