



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO
Y HOTELERÍA

CARRERA: GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA
PARROQUIA SAN RAFAEL DEL CANTÓN RUMIÑAHUI
DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Trabajo de investigación previo a la
obtención del título de Técnico en Guía
Nacional de Turismo.

Autor: Santiago Rafael Endara Campaña
Director: Ing. Wilson Villavicencio Vivar

Quito - Ecuador

2014

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación dedico a las personas que me han ayudado desinteresadamente para formarme académicamente en el campo del turismo; así a mis padres que con cariño y abnegación me orientaron y motivaron a continuar los estudios superiores, a mi hermana Isabel que con sus cuidados diarios y consejos sabios permitieron fortalecer mi buen ánimo en la consecución de la carrera de Guía Nacional de Turismo.

AGRADECIMIENTO

La presente investigación de campo es fruto de las enseñanzas que oferta académicamente el Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Hotelería ITHI, por eso mi agradecimiento imperecedero a los docentes, personal administrativo y autoridades y en forma especial al Ing. Wilson Villavicencio, que con sus vastos conocimientos permitieron culminar este trabajo de investigación, y poder obtener mi título de Guía Nacional de Turismo, lo que constituye para mí una fortaleza en el proceso de desarrollo del talento humano en beneficio propio y de mis semejantes, nacionales e internacionales interesados en el servicio turístico nacional.

Así mismo un agradecimiento muy especial al GAD de Rumiñahui, Departamento de Turismo, por la valiosa información primaria y secundaria que me facilitaron y que fueron utilizados de buena manera para la construcción de este trabajo de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Santiago Rafael Endara Campaña declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de monografía con tema: Diagnóstico del potencial turístico de la Parroquia San Rafael del Cantón Rumiñahui de la Provincia de Pichincha, es de mi estricta autoría y autenticidad.

Responsabilizándome de los conceptos, propuestas y opiniones en el documento presentado.

Atentamente

Santiago Rafael Endara Campaña

Quito, Abril 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FÍN 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: El Ing. Wilson Villavicencio, por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y el Sr Santiago Rafael Endara Campaña, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDO:

UNO; Santiago Rafael Endara Campaña, realizó el trabajo de fin de carrera titulado Diagnóstico del potencial turístico de la Parroquia San Rafael del Cantón Rumiñahui de la Provincia de Pichincha, para obtener el título de Guía Nacional de Turismo. En el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría de Ing. Wilson Villavicencio.

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

TERCERO: Comparecen, Ing. Wilson Villavicencio, en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y Santiago Rafael Endara Campaña, como autora del mismo, por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: Diagnóstico del potencial turístico de la Parroquia San Rafael del Cantón Rumiñahui de la Provincia de Pichincha; 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.

Tutor
Ing. Wilson Villavicencio Vivar.

Autor
Sr. Santiago Endara.

Ing. Wilson Villavicencio

TUTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", de Quito; por lo tanto se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Wilson Villavicencio.

Fecha: Abril, 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
DECLARACIÓN DE AUTORIA	IV
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FÍN DE CARRERA	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVII
RESUMEN	XIV
INTRODUCCIÓN	15
PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3 OBJETIVOS	18
1.3.1 Objetivo General	18
1.3.2 Objetivos Específicos	18
1.4 JUSTIFICACIÓN	19
SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO	20
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.2 MARCO TEÓRICO	22
CAPÍTULO I GENERALIDADES DE LA PARROQUIA SAN RAFAEL CANTÓN RUMIÑAHUI	22
1.1 ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS	22
1.1.1 Extensión y límites	22
1.1.2 Altitud y clima	22
1.1.3 Zonas de vida	23
1.2 RESEÑA HISTÓRICA	31
1.2.1 Inicio de la Parroquia de San Rafael	31
1.3 CARACTERÍSTICAS SOCIO - ECONÓMICAS DE LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL	32

1.3.1 Población.....	32
1.3.2 Actividades Económicas.....	32
CAPÍTULO II DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVO TURÍSTICO.....	34
2.1 DEFINICIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	34
2.2 CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	35
2.3 JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	39
CAPÍTULO III PLANTA TURÍSTICA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	43
3.1 DEFINICIÓN DE PLANTA TURÍSTICA.....	43
3.2 CLASIFICACIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA.....	44
3.2.1 Transporte.....	44
3.2.2 Clasificación alojamiento.....	45
3.2.3 Categorización de la restauración y sus características.....	47
3.2.4 Recreación.....	54
3.2.5 Servicios de apoyo.....	54
3.3 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.....	58
CAPÍTULO IV OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA.....	60
4.1 DEFINICIÓN DE OFERTA TURÍSTICA.....	60
4.1.1 Recursos turísticos.....	60
4.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DE SAN RAFAEL...	63
4.3 DEMANDA TURÍSTICA.....	64
4.3.1 Definición.....	64
4.3.2 Definición y clasificación del turista.....	65
4.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE SAN RAFAEL..	72
TERCERA PARTE - METODOLOGÍA.....	74
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	74
3.2 UNIVERSO Y MUESTRA.	75
3.3 INSTRUMENTO RECOLLECCIÓN DE DATOS.....	76
3.4 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	77
CUARTA PARTE - PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	79

4.1 CONCLUSIONES	138
4.2 RECOMENDACIONES	140
REFERENCIAS	141
APÉNDICE	142
ANEXOS	148

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: BIODIVERSIDAD EN FLORA DE LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL.....	31
TABLA N° 2: BIODIVERSIDAD EN AVES DE LA PARROQUIA SAN RAFAEL.....	32
TABLA N° 3: CLASIFICACIÓN PARA ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	38
TABLA N° 4: DESCRIPCIÓN DE LOS PARAMETROS DE EVALUACIÓN.....	45
TABLA N° 5: ALOJAMIENTOS HOTELEROS.....	49
TABLA N° 6: RESUMEN DE REQUISITOS PARA HOTELES EN ECUADOR SEGÚN SU CATEGORIA.....	50
TABLA N° 7: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS.....	85
TABLA N° 8: EDAD PROMEDIO DE LOS ENCUESTADOS.....	85
TABLA N° 9: TIEMPO DE VIDA EN LA PARROQUIA.....	86
TABLA N° 10: INSIDENCIA EN EL TRANSPORTE.....	87
TABLA N° 11: SERVICIOS BÁSICOS PRESENTES EN LA PARROQUIA.....	88
TABLA N° 12: FRECUENCIA DE ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS POBLADORES.....	89
TABLA N° 13: ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE MAYOR FRECUENCIA EN LA PARROQUIA.....	90
TABLA N° 14 EXISTENCIA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA.....	91
TABLA N° 15: DETALLE DE LA INCIDENCIA DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA.....	92
TABLA N° 16: CONOCIMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA EN LA POBLACIÓN.....	93
TABLA N° 17: ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA	

CON MAYOR VISITA DEL PÚBLICO.....	94
TABLA N° 18: ESTADO DE CONSERVACIÓN EN LA RESTAURACIÓN.....	95
TABLA N° 19: ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LOS ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	96
TABLA N° 20: ESTADO DE CONSERVACIÓN EN HOTELERÍA....	96
TABLA N° 21: ACTIVIDADES RECREACIONALES QUE LA POBLACIÓN DESEA EN SU PARROQUIA.....	97
TABLA N° 22: ACTIVIDADES A INCREMENTARSE EN LA PARROQUIA.....	99
TABLA N° 23: DESTINO TURÍSTICO SAN RAFAEL.....	99
TABLA N° 24: DESTINO TURÍSTICO EN SAN RAFAEL (POSITIVO).....	100
TABLA N° 25: DESTINO TURÍSTICO EN SAN RAFAEL (NEGATIVO).....	101
TABLA N° 26: FICHA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS PARQUE SAN RAFAEL.....	102
TABLA N° 27: FICHA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS CENTRO COMERCIAL SAN LUIS SHOPPING.....	104
TABLA N° 28: FICHA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS CASA MUSEO DE EDUARDO KINGMAN.....	107
TABLA N° 29: FICHA DE ATRATIVOS TURÍSTICOS PARQUE LINEAL SANTA CLARA.....	108
TABLA N° 30: FICHA DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO CENTRO RECREACIONAL LA QUINTA.....	110
TABLA N° 31: FICHA DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO HOLIDAY.....	112

TABLA N° 32: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS CAMPO VIEJO.....	114
TABLA N° 33: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS HELADERÍA EL PALIO.....	116
TABLA N° 34: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS HORNADOS DOÑA FABY.....	118
TABLA N° 35: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS LA PAILA CHUGCHUCARAS.....	120
TABLA N° 36: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS PARRILLADAS PALERMO.....	122
TABLA N° 37: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS THE COFFE CAKE.....	124
TABLA N° 38: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS RESTAURANTE AQUÍ ME QUEDO.....	126
TABLA N° 39: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS RESTAURANTE MESSI DELI.....	128
TABLA N° 40: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS FEDERER.....	130
TABLA N° 41: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS EL VALLE COCINA ECUATORIANA.....	132
TABLA N° 42: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS EL BIGOTE.....	134
TABLA N° 43: FICHA DE EMPRESAS GASTRONOMÍAS EL ENCOCADO.....	136
TABLA N° 44: FICHA DE NÚCLEO DE POBLACIÓN.....	138

TABLA N° 45: JERARQUIZACIÓN ATRACTIVO PARQUE SAN RAFAEL.....	140
TABLA N° 46: JERARQUIZACIÓN ATRACTIVO CENTRO COMERCIAL SAN LUIS SHOOPING.....	140
TABLA N° 47: JERARQUIZACIÓN ATRACTIVO CASA MUSEO EDUARDO KINGMAN.....	141
TABLA N° 48: JERARQUIZACIÓN ATRACTIVO PARQUE LINEAL SANTA CLARA.....	141

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: CUADRO DE OFERTA TURISTICA Y SUS ELEMENTOS.....	66
GRÁFICO N° 2: CUADRO DE LOS RECURSOS TURISTICOS.....	67
GRÁFICO N° 3: GÉNERO DE LOS ENCUESTAD.....	85
GRÁFICO N° 4: EDAD PROMEDIO DE LOS ENCUESTADOS.....	85
GRÁFICO N° 5: TIEMPO DE VIDA EN LA PARROQUIA.....	86
GRÁFICO N° 6: INSIDENCIA EN EL TRANSPORTE.....	87
GRÁFICO N° 7: SERVICIOS BÁSICOS PRESENTES EN LA PARROQUIA.....	88
GRÁFICO N° 8: FRECUENCIA DE ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS POBLADORES.....	89
GRÁFICO N° 9: ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE MAYOR FRECUENCIA EN LA PARROQUIA.....	90
GRÁFICO N° 10: INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA.....	91
GRÁFICO N° 11: DETALLE DE LA INCIDENCIA DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA EN LA PARROQUIA.....	92
GRÁFICO N° 12: CONOCIMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA EN LA POBLACIÓN.....	93
GRÁFICO N° 13: ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA CON MAYOR VISITA DEL PÚBLICO.....	94
GRÁFICO N° 14: ESTADO DE CONSERVACIÓN EN LA RESTAURACIÓN.....	95
GRÁFICO N° 15: ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (ATRACTIVOS TURÍSTICOS).....	96
GRÁFICO N° 16: ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (HOTELERÍA).....	96

GRÁFICO N° 17: ACTIVIDADES RECREACIONALES DE LA PARROQUIA.....	97
GRÁFICO N° 18: ACTIVIDADES A INCREMENTARSE.....	95
GRÁFICO N° 19: DESTINO TURÍSTICO EN SAN RAFAEL.....	99
GRÁFICO N° 20: DESTINO TURÍSTICO EN SAN RAFAEL (POSITIVO).....	100
GRÁFICO N° 21: DESTINO TURÍSTICO EN SAN RAFAEL (NEGATIVO).....	101

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE TURISMO Y HOTELERÍA
ITHI**

**DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SAN
RAFAEL DEL CANTÓN RUMIÑAHUI DE LA PROVINCIA DE
PICHINCHA**

**Autor: Santiago Rafael Endara Campaña
Director: Ing. Wilson Villavicencio Vivar.
Fecha: Quito, Enero**

RESUMEN

La planta e infraestructura turística donde se realizó este diagnóstico del potencial turístico, fue en la Parroquia de San Rafael ubicada en el Cantón Rumiñahui, que turísticamente ha sido catalogada como lugar de paso, ya que es un punto de encuentro y cruce para otros destinos turísticos fuera de la Parroquia aun así forma

Principalmente los focos de investigación fueron lugares comerciales y puntos con densidad poblacional, para el estudio de datos numéricos se encuestaron a los habitantes de la parroquia, utilizando encuestas, además de una entrevista al director de Turismo del GAD Cantón Rumiñahui, los datos se interpretaron en Excel con sus respectivos porcentajes.

La jerarquización de los atractivos turísticos se basó en fichas de levantamiento turístico que utiliza el Ministerio de Turismo, y así jerarquizando los recursos turísticos naturales y culturales individualmente según sus valores.

Tomando todos estos datos se ha llegado a la conclusión que la Parroquia tiene un potencial turístico que puede desarrollarse llevando a cabo las recomendaciones vertidas en este trabajo, ya que tiene las características naturales y culturales para desenvolverse como destino turístico y fortaleciendo su mercado turístico.

INTRODUCCIÓN

El mercado turístico es indispensable para el desarrollo de una población, basado en las características naturales, culturales, económicas y de otro tipo en cualquier zona de intervención, que beneficie a la población interesada y como parte importante del Sumak Kawsay o del Buen Vivir esté relacionada e interaccionada entre los estamentos privados y estatales de servicios turísticos con la comunidad.

Como es el caso de la parroquia de San Rafael, que ha obtenido cierta popularidad turística; siendo zona urbana y acompañada de parroquias en su entorno de un nivel turístico aprovechable.

En este contexto se quiere evidenciar la problemática existente en el tema turístico, a través de la realización de un proceso de diagnóstico que nos permita conocer la realidad concreta de la planta turística, infraestructura como las vías de acceso, servicios básicos y telecomunicaciones, así como también la realidad cultural y natural de la zona en estudio.

PRIMERA PARTE - PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

La Parroquia de San Rafael, encontrándose actualmente en una situación incierta en el desarrollo turístico, tiene como mayor problema un inventario de los atractivos turísticos desactualizado que en la práctica es necesario para el desarrollo de la actividad turística.

Como causas del problema es el poco interés en la gestión turística por parte de las autoridades, la poca inversión del sector privado en la planta turística y la escasa difusión de los atractivos turísticos existentes. Produciendo efectos que repercuten en el desarrollo turístico de la parroquia y el estilo de vida mismo de las personas; así también efectos directos a la sociedad en sí; como el desordenamiento en la utilización del espacio turístico, el escaso control sistematizado en los servicios turísticos, y la contaminación de ríos y espacios verdes además de la poca demanda del usuario turístico nacional e internacional, que van de la mano con el proceso de deterioro de la planta turística y del atractivo

turístico. Que han sido causadas por una mala difusión de la parroquia de San Rafael.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿La desactualización de un diagnóstico del potencial turístico influye a que el desarrollo de la actividad turística sea deficiente en la Parroquia de San Rafael?

La realidad concreta del tema turístico en San Rafael no ha alcanzado un desarrollo pleno por las siguientes razones:

1. Desidia del Gobierno local.
2. La falta de descentralización del tema turístico ha permitido que la Parroquia vecina que es Sangolquí haya alcanzado niveles importantes en el tema turístico.
3. La falta de proyectos turísticos en la Parroquia de San Rafael ha generado una desactualización de información para el turista.
4. La inexistencia de señalética en las calles de la Parroquia que ubiquen los atractivos turísticos.
5. La falta de un inventario de la planta turística.

Estos han sido los (Rumiñahui, 2012) factores de la desactualización de un inventario turístico que no permiten desarrollar el turismo de la Parroquia, siendo

así que las actividades turísticas no sean de mayor importancia para pobladores ya que este es deficiente.

1.3 OBJETIVOS.

1.3.1 Objetivo General

Diagnosticar el potencial turístico a través del levantamiento de información para el fortalecimiento de la actividad turística en la Parroquia de San Rafael del Cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Inventariar los atractivos naturales y culturales existentes en la Parroquia.
- Detallar la planta e infraestructura turística que se encuentra en uso actual.
- Analizar la oferta y demanda que la Parroquia proyecta al mercado turístico.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se realizó para tener una mayor información de la planta e infraestructura turística, que no se encontraba definida en la Parroquia de San Rafael, la caracterización turística de la Parroquia aportará con el desarrollo económico y turístico del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui y a la Parroquia de San Rafael, además del sector privado, facilitando a estudios de mercados futuros, beneficiando principalmente al usuario turístico, haciendo más fácil el encontrar sus destinos turísticos, el inventario también será útil para tener una mejor visión de los espacios turísticos existentes y tener un mejor ordenamiento territorial de la zona, y evitar seguir usando espacios que no son aptos y que afectan a la naturaleza, sin omitir a la población que será beneficiaria de esta información y así la posibilidad de crear nuevas microempresas turísticas faltantes en la Parroquia, y también da facilitación de información al GAD del Cantón Rumiñahui.

SEGUNDA PARTE - MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Esta investigación se fundamentó en varios archivos y documentos encontrados acerca del Cantón Rumiñahui y la Parroquia de San Rafael.

- **Tesis**

Tema: Plan estratégico para la promoción turística del Cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha.

Autora: María del Carmen Barragán Sánchez.

Año: 2.006

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial "UTE"

Extracto: Esta tesis trata acerca del plan estratégico, para la promoción del Cantón Rumiñahui, teniendo en cuenta el mercado turístico existente. Con su principal objetivo la promoción turística del Cantón Rumiñahui

- **Plan general de desarrollo provincial de Pichincha**

Tema: Caracterización Cantonal y Parroquial de Rumiñahui

Autor: Gobierno de la Provincia de Pichincha

Año: 2.010

Extracto: El GAD de la provincia de Pichincha, según el plan de desarrollo provincial ha caracterizado sus cantones con datos generales de cada uno de estos, en este caso del Cantón Rumiñahui.

- **Tesis**

Tema: Diagnóstico del desarrollo turístico en el Cantón Rumiñahui y propuesta de promoción

Autor: Díaz Lucio Doris

Año: 2.005

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial "UTE"

Extracto: Esta tesis fundamentalmente, se basa en la promoción turística del Cantón Rumiñahui, plantando una propuesta de promoción del Cantón a través de un diagnóstico previo.

CAPÍTULO I GENERALIDADES DE LA PARROQUIA SAN RAFAEL CANTÓN RUMIÑAHUI

1.1 ANTECEDENTES GEOGRÁFICOS

1.1.1 Extensión y límites

La Parroquia de San Rafael actualmente tiene una extensión de 2.240 Km

Sus límites

Norte: Distrito Metropolitano de Quito.

Sur este: Parroquia Sangolquí.

Sur oeste: Parroquia San Pedro de Taboada.

(Rumiñahui, 2012)

1.1.2 Altitud y clima

Su temperatura media anual de 15.45°C, y una altitud de (2.509 m.s.n.m).

Meses secos en Junio, Julio, Agosto

Meses más secos en Julio

Meses húmedos en Septiembre, Mayo.

1.1.3 Zonas de vida

Orografía: El Cantón Rumiñahui está rodeado por las siguientes elevaciones; el cerro Ilaló al norte, la cordillera oriental de los Andes con el hermoso Antisana, al este; la cordillera central en la que destaca el Pichincha; al oeste, al sur-oeste se encuentran las elevaciones del Atacazo, Corazón y Viudita; y al sur las elevaciones del Pasochoa, el Cotopaxi y Sincholagua.

El terreno del Cantón Rumiñahui y de la Parroquia es relativamente plano con ligeras ondulaciones, está a una altura promedio de 2.500 metros sobre el nivel del mar, dentro del Valle.

Sistema hidrográfico del Cantón Rumiñahui: El río Pita nace en la esquina suroeste de la hoya y en su marcha al atravesar al valle de Machachi, recoge las aguas que bajan de la cordillera Occidental (del Illiniza, Corazón, La Viudita y el Atacazo) y de la parte norte central del nudo del Tiopullo (Chaupi, Rumiñahui), así como del Pasochoa. Además la Parroquia se encuentra bañada por los ríos Santa Clara y San Pedro.

Suelos: en zonas ligeramente planas pero de pendiente regular, en sitios de acumulación se ha formado un

suelo arenoso, con más arcilla en profundidad, en algunas partes se encuentra a 50cm de profundidad, suelos con características generalmente de color amarillo claro o rojizo, aunque también puede encontrarse negros, PH de 5 a 5.5 (TROPUDALF). Suelos aptos para maíz, trigo, papas, frutales y pastos.

Uso del suelo y potencial: las condiciones climáticas, son favorables para la agricultura y la ganadería, aunque no exenta de la ocurrencia de las heladas sobre todo en las madrugadas durante el verano. Además, debido al factor topográfico, existen pocas áreas planas en donde practicar un tipo de agricultura intensiva.

Se puede reconocer esta formación en sus partes más pobladas por el cultivo de trigo, morocho, maíz, papas, en algunos sectores por las grandes haciendas dedicadas a la ganadería de leche.

Visto en su conjunto en esta zona de vida predomina el cultivo de trigo y morocho, sobre todo en lugares de transición con el bosque seco Montano Bajo. En la parte más húmeda comienza aparecer el cultivo de la papa, el haba. En los pliegues internos de las dos cordilleras, existen pastizales a base de Kikuyo (*Pennisetum clandestinum*), Holco (*Holcus lanatus*), Ray Grass (*Lolium*

perenne), mientras en los externos, se encuentra Gordura (*Melinis minutiflora*), Gramalote (*Axonopus scoparius*).

Al borde de los ríos y riachuelos que atraviesan esta formación y en las laderas donde se ha producido deslizamientos de tierra o disturbios ocasionados por la intervención humana, es muy común encontrar manchas de Aliso. Este árbol de rápido crecimiento, que se regenera naturalmente en abundancia y cuya madera tiene uso industrial, debería ser motivo de estudio de sus características silviculturales, para su utilización en forestación y reforestación. (Cruz, 1983, págs. 161,162).

FLORA: Para tratar de la diversidad florística de la Parroquia de San Rafael nos referimos en primer término a los árboles nativos.

El Guavo, hay indicios documentales que nos permiten suponer que este árbol tuvo una presencia dominante en la estructura boscosa de los antiguos paisajes forestales del Valle de Los Chillos, mientras que en femenino que hace alusión al fruto, Guava pertenece al género *Inga* (familia *Leguminosae*, Subfamilia *Mimosoideae*) que comprende 300 especies de árbol distribuidas en toda América Central.

El Tocte o también llamado *Nogal* (*Juglans neotropical*) esta especie arbórea se ha destacado mucho en los bosques y en los jardines de las primeras haciendas de la parroquia y muchos de estos han llegado hacer centenarios y como tales se han merecido llevar el título de patrimoniales. El fruto de la semilla es comestible. Y tanto el fruto tierno como la corteza se ha utilizado para extraer un tiente natural para teñir lana y algodón. Además su madera se utiliza para la fábrica de muebles finos.

Otra especie arbórea cercana al Tocte es el Cedro (*Cederela montana*), árbol nativo de los Andes, muy buen productor de madera el cual en la antigüedad fue muy explotado para abastecer a las construcciones de Quito. Ahora está ya desapareciendo este árbol pero todavía se los puede encontrar en los remanentes bosques y jardines de las haciendas.

El muy conocido *Arrayan* también ha sido un árbol representativo de la zona (*Myrciantes hallii*), es un árbol que crece lentamente, los indígenas utilizaban sus hojas como dentífrico y su fruto es comestible.

Además árboles como el Pumamaqui (*Oreopanax ecuadoriensis*) que se ha utilizado en especial su

madera para la fabricación de cucharas, bateas inclusive juguetes. El Aliso (*Alnus acuminata*) es un tipo de árbol que crece rápidamente y ha ayudado a reforestar muchos bosques además de ayudar a nutrir a la tierra gracias a la simbiosis que causan sus raíces y bacterias.

Las especies nativas del valle que han sido muy importantes para su ecosistema como el Guarango (*Mimosa quitensis*) que es muy frecuente en las zonas secas; entre los arbustos tenemos la Chilka (*Bacharis latifolia*) que tiene un uso medicinal como antirreumático y afecciones pulmonares; el Penco negro (*Agave americana*) que lo han utilizado como cercas vivas y para substraer un líquido llamado chahuarmishque que es dulce y comestible; Santa María (*Liabium ignarium*); Kurikasha (*Berberis pichinchenses*) Llinllin (*Senna multiglandulosa*) que se dice que sus semillas pueden sustituir al café; Peralillo (*Valea stipularis*).

Las siguientes especies de plantas que van a nombrar no menos importantes pero son de las pocas que se conoce que han sido nativas en la parroquia. (Carrión, et al. 1012, págs. 27-32).

Tabla N°1
 TABLA BIODIVERSIDAD EN FLORA DE LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL

N. Común	N. Científico
La zagalita	Cavendishia bracteata
Mora	Rubus adenotrichos
Quishuar	Buddleja bullata
Guanto rojo	Brugmansia sanguínea
Taxo	Passiflora mixta, Pasiflora cumbalensis
Allpacoral	Bomarea multiflora
Sangorache	Amaranthus asplundi
Lechuguilla blanca	Achyrocline alata
Zapatitos	Calceolaria crenata
Isu	Dalea coerulea
Salvia	Salvia quitensis
Arete de inca	Fuchsia ampliata
Orquídea (maiwa)	Epidendrum jamesoni
Nachak	Bidens triplinervia
Achicoria	Hypochaeris sessiliflora

Fuente: (Carrión, y otros, 2012)
 Elaborado por: Santiago Rafael Endara Campaña.

FAUNA: "La multitud prodigiosa de aves que se hallan en todas partes del reino, bastaría para mostrarlo lleno de habitantes aunque le faltasen todas las otras clases de viviendas".

La cita transcrita anteriormente está tomada de la "Historia Natural del Reino de Quito", en efecto al momento de hablar sobre la fauna del Ecuador son las aves del grupo dominante como ejemplo tenemos el gallinazo de cabeza negra (*Coragyps atratus*). Estas aves, generalmente menospreciadas, cumplen un

importante función ecológica para mantener el equilibrio en los ecosistemas; el gorrión (*Zonotrichia capensis*), habitante de todas partes; negros finos (*Molothrus bonariensis*), aves que se han desplazado a las zonas más altas desde las vecinas regiones subtropicales; huiracchuros (*Pheucticus chrysogaster*) aves de color amarillo, alas negras con pintas blancas, grueso pico, trinar hermoso; solitario acuático (*Sayornis nigricans*) ; tiranolete guardarríos (*Serophaga cinérea*). (Carrión, y otros, 2012)

Tabla N°2
TABLA BIODIVERSIDAD EN AVES DE LA PARROQUIA SAN RAFAEL

N. Común	N. Científico
Garceta bueyera	Buculcus ibis
Gallinazo negro	Coragyps atratus
Gavilán variable	Buteo polyosoma
Curiquingue	Pbalcoboenus carunculatus
Quilíco	Falco sparverius
Torcasa	Columba fasciata
Golondrina cóndor	Streptoprocne solaris
Quinde herrero	Colibri corusc (Flores & Negrete Jacome, 2.012) ans
Colibrí estrella ecuatoriana	Oreotrochilus chimborazo
Colibrí rayito gigante	Aglaectis cupripennis
Quinde colilarga	Lesvia victoriae
Colibrí colacintillo coliverde	Lesvia nuna
Colibri pechidorado	Eriocnemis mosquera
Cárcaro	Ampelion rubrocristatus
Tangara montana ventrisecarlata-platero	Anisognatusigniventris

Fuente: (Flores & Negrete Jacome, 2.012)
Elaborado por: Santiago Rafael Endara Campaña.

Si, las aves dominan con su presencia la riqueza faunística en Rumiñahui. Si hiciéramos una lista que

contenga las especies registradas en el cantón, la cifra, muy probablemente, rebasaría las 200 especies.

En el caso de la fauna mastozoológica, también tuvo una gran importancia en esta zona, antes que su ecosistema se fragmentara y disminuido con lo está hoy en día, es decir que no era raro encontrar venados (*Odocoileus virginianus*), pumas (*Puma concolor*) y osos de anteojos (*Tremarctos ornatos*), especies que hoy en día es poco probable constatar su existencia en la región. Aun así especies como los conejos (*Silvilagus brasilinsis*), chucuris (*Mustela frenata*) y zorrilos (*Conepatus chinga*) han sido especies que todavía se los puede encontrar ya que en el verano del 2012 afecto gravemente al volcán Ilaló con una sequía y su fauna se ha desplazado a las orillas de los ríos en busca de alimento y agua así encontrándolos en las haciendas y jardines del lugar. Con seguridad, al hacer un inventario más exhaustivo de los mamíferos de la región, los registros incluirán varias especies de murciélagos y roedores.

Ahora en el caso de los anfibios su situación es similar a la de todas las regiones de las altas montañas tropicales, una extinción masiva a consecuencia, muy probablemente por el calentamiento global y el cambio climático, pero aun así es posible

encontrar especies como: la ranita marsupial (*Gastrotheca riobambae*), y el cutín de Quito (*Pristimantis unistrigatus*) son especies representativas de la zona.

En reptiles se puede mencionar dos especies de culebras como la falsa coral interandina (*Lampropeltis triangulum micropholis*) y la culebra boba verde (*Liophis epinephelus albiventris*), especie endémica del Ecuador. De igual forma se mencionan dos especies de lagartijas como la lagartija de los jardines (*Pholidobolus montium*) especie endémica del Ecuador y la Guagsa (*Stenocercus guentheri*) especie endémica de los Andes del Ecuador. Y por último los invertebrados que existen un muy nutrido número de mariposas y es muy representativo *catzo quiteño* (*Aspidolea*), este escarabajo es estacional que aparece con las lluvias, que emergen del suelo que pasan la mayor parte del año como larvas, a los que llamamos "cuzos". (Carrión, et al. 2012, págs. 36-41)

1.2 RESEÑA HISTÓRICA

1.2.1 Inicio de la parroquia de San Rafael

Mediante el Registro Oficial N° 179, del 2 de junio de 1938 se decreta elevar de categoría a la Parroquia Sangolquí. Tomando como nombre Rumiñahui y la cabecera cantonal la ciudad de Sangolquí; además, San Pedro de

Taboada, San Rafael y Cotogchoa y Rumipamba como Parroquias rurales.

Para el año 1987 se realiza la declaratoria de las parroquias urbanas de la cabecera cantonal Sangolquí conformada por las Parroquias urbanas San Rafael, San Pedro de Taboada y la Parroquia Matriz Sangolquí; se definen entre las Parroquias rurales y urbanas del Cantón así como también las zonas urbanas, con los respectivos límites, de acuerdo al Registro Oficial N° 838 del 23 de Diciembre de 1987. (Rumiñahui, 2012)

1.3 CARACTERÍSTICAS SOCIO - ECONÓMICAS DE LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL

1.3.1 Población

El número de habitantes es de 6699 en total.

Hombres 3.186

Mujeres 3.513

1.3.2 Actividades Económicas

Economía: el aspecto económico es el motor del quehacer turístico porque sencillamente nos enfrentamos a la fórmula: servicio-consumidor-beneficio. El hotelero, el restaurantero, el transportista o el agente de viajes ven al turista en su ámbito microeconómico como el

cliente de su mercado que les producirá un beneficio, por lo que tratarán de incrementar las actividades que permitan la permanencia y el crecimiento de esas interrelaciones para mayores beneficios. (Di-Bella, 2006).

Las principales actividades económicas de la parroquia es el comercio, la agricultura y siendo un lugar de índole residencial los pobladores salen a la ciudad de Quito para ejercer sus diversas labores. Y crear divisas a sus familias, además de ser un lugar de paso para el turismo la restauración se ha convertido en un punto importante para la economía de la parroquia, sin olvidar las actividades menos realizadas como la artesanía y el turismo.

En San Rafael el comercio es la principal actividad productiva, con un 50% de población dedicada a esta actividad. El resto de población mantiene otro tipo de actividades productivas.

CAPÍTULO II DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVO TURÍSTICO

2.1 DEFINICIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Los atractivos son algo más que un emplazamiento o un acontecimiento; son parte integral de un sistema turístico más amplio en el que se incluyen también los turistas y los indicadores.

Solo se convierten en atractivos cuando se crea un sistema turístico que los designa como tales y los eleva a esa condición o status. A casi todos los objetos- reales o intangibles se les puede atribuir una cualidad o atractivo especial que permite que esos objetos se eleven, a través de la publicidad, al status de atractivos turísticos.

Así pues el sistema que crea y en el que se apoya una atracción necesita de tres componentes principales para existir: un objeto o un acontecimiento situado en un emplazamiento, un turista o consumidor y un indicador, una imagen, que le diga al turista porque ese objeto o acontecimiento suscita interés o resulta atractivo.

Los objetos a partir de los cuales se crean los atractivos, son normalmente recursos medioambientales y

culturales. Se puede considerar el turismo como una industria que convierte estos recursos en productos.

Los atractivos pueden presentarse agrupadas en una única localización o distribuirse de acuerdo con un patrón lineal o disperso. Estos patrones espaciales diferentes cobran significado en los que a la planificación y la gestión de los atractivos de refiere. La dispersión lineal requiere circuitos en coche o en tren y la accesibilidad es una de las principales preocupaciones en aspectos como la planificación y el desarrollo. (Jafar, 2000, pág. 67)

2.2 CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Tabla N°3
Tabla de la clasificación de los atractivos turísticos

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
1. SITIOS NATURALES	1.1 Montañas	-Altas montañas -Cordilleras -Nudos -Volcanes -Desfiladeros -Colinas -Glaciares
	1.2 Planicies	-Costeros -Salitrales -Valles -Mesetas
	1.3 Desiertos	-Costeros -De interior -Dunas
	1.4 Ambientes lacustres	-Lagos -Lagunas -Ciénegas -Pozas -Cochas -Pantanos

		-Chacras estacionales
	1.5 Ríos	-Manantiales o fuente
		-Riachuelo o arroyo
		-Rápidos o raudales
		-Cascadas o cataratas
		-Riveras
		-Deltas
	1.6 Bosques	-Meandros
		-Vados
		-Remansos
		-Paramo
		-Ceja de selva oriental
		-Ceja de selva occidental
		-Nublado Oriental
		-Nublado occidental
		-Montano bajo oriental
		-Montano bajo occidental
		-Húmedo tropical amazónico
		-Húmedo tropical occidental
		-Manglar
		-Seco tropical
		-Seco interandino
		-Petrificado
	1.7 Aguas subterráneas	-Aguas termales
		-Aguas Minerales
		-Aguas sulfurosas
	1.8 Fenómenos espeleológicos	-Cuevas
		-Cavernas
		-Ríos subterráneos
	1.9 Fenómenos geológicos	-Cráteres
		-Calderas
		-Flujos de lava
		-Tubos de lava
		-Geiseres
		-Escarpas de falla
		-Solfataras
		-Fumarolas
	1.10 Costas y litorales	-Playas
		-Acantilados
		-Golfos
		-Bahías
		-Cabos
		-Ensenadas
		-Fondeaderos

	<p>1.11 Ambientes marinos</p> <p>1.12 Tierras Insulares</p> <p>1.13 Sistemas de áreas protegidas</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Penínsulas -Promontorios -Puntas -Istmos -Estrechos -Canales -Dunas -Líneas de costa -Estuarios -Esteros -Palmeras -Arrecifes de Coral -Cuevas -Cráteres -Acantilados -Fosas -Puntos Calientes -Trincheras -Cordilleras -Bentos y Bentónicos -Islas Continentales -Islas Oceánicas -Archipiélagos -Islotes -Rocas -Parque nacional -Reserva ecológica -Refugio de vida silvestres -Área nacional de recreación -Reserva de reproducción faunística -Área de caza y pesca -Bosque protector -Reserva geobotánica
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO
2. MANIFESTACIONES CULTURALES	2.1 Histórica	<ul style="list-style-type: none"> -Arquitectura Civil -Religiosa -Militar -Zonas históricas -Ciudades -Sectores -Conjuntos parciales -Minas antiguas -Sitios Arqueológicos -Zonas arqueológicas -Conjuntos aislados -Museos Religiosos -Coloniales

	<p>2.5 Acontecimientos programados</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Galerías -Artísticos Música Danza Teatro Festivales de cine Exposiciones -Fiestas religiosas Concursos Corridas de toros Carnavales -Vida nocturna -Gastronomía -Rodeos -Ferias y congresos -Eventos deportivos -Peleas de gallos
--	---	--

FUENTE: <http://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario>

ELABORADO POR: Gerencia Nacional de Recursos Turísticos 2004

2.3 JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICO

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.

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR), el 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. De manera específica, 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. Y así describiendo cada jerarquía:

- Jerarquía IV

Atractivo excepcional 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.

- Formularios

En los formularios de SITIOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES, tienen el fin de contar con información sintetizada de los atractivos, se debe consignar la información puntual en cada casillero.

- Evaluación de los atractivos

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de la información. (Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2011)

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.

Los rangos son:

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100 puntos: Jerarquía IV

Tabla N°4
Tabla de la descripción de los parámetros de evaluación

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	Valor intrínseco	15
	Valor extrínseco	15
	Entorno	10
	Estado de conservación (y/o organización)	10
		50
APOYO	Acceso	10
	Servicios	10
	Asociación con otros atractivos	5
		25
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	12
	TOTAL	25
	100	

Fuente: Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos MINTUR, 1993-2003
Elaborado por: Santiago Rafael Endara Campaña

CAPÍTULO III PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

3.1 DEFINICIÓN DE PLANTA TURÍSTICA

Este elemento es conocido como la estructura PRODUCTIVA DEL TURISMO, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos de un lugar. La planta es entonces la encargada de atender y satisfacer todas las necesidades y deseos de los turistas.

Los atractivos son los que generan las corrientes turísticas, y la infraestructura es la base sobre la que se sustenta la planta para poder operar adecuadamente. Estos tres elementos distinguen a un destino, confiriéndole su carácter e identidad turística. Son en su conjunto los que determinan el grado de satisfacción y experiencias obtenidas por los turistas en el viaje.

De este modo, la planta como tercer elemento del patrimonio turístico no funcionaría sin los otros elementos que la nutren, tanto de materia prima (atractivos) como de otros insumos básicos (infraestructura) empleados para la producción de los servicios turísticos. (Castro, 2007, pág. 195)

3.2 CLASIFICACIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA

Esta planta está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido. Fundamentalmente son los siguientes:

- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación
- Recreación
- Servicios de apoyo

(Di-Bella, 2006)

3.2.1 Transporte

Puede ser aéreo, terrestre o marítimo por medio del cual el turista se desplazará, hasta llegar al atractivo turístico deseado, independientemente de las clases de servicios que ofrezcan cada uno de ellos. La transportación terrestre, predomina por encima de los otros medios, ya que las personas se trasladan de distintas formas, ya sea en automóvil, vagoneta, motoneta, autobús, camioneta, etc., para lo cual se requieren carreteras en buen estado y sobre todo, bien equipadas con servicios complementarios, así como una

reglamentación específica, para que este servicio pueda operar positivamente al interior del país.

El turismo al ser una actividad que ofrece un inmenso abanico de posibilidades, tanto para desarrollarse en cualquier campo de acción o de trabajo, como para disfrutar el gran potencial de los sitios con que cuenta el país, no deja de ser una actividad que se asista de varios prestadores de servicios turísticos en el aspecto de los transportes y precisamente dentro de la transportación terrestre existen tres modalidades independientemente de la ferroviaria.

- 1) Arrendadoras de automóviles.
 - 2) El servicio regular de autotransporte de pasajeros en el territorio nacional.
 - 3) El servicio de autotransporte exclusivo de turismo.
- (Ávila, 2009)

3.2.2 Clasificación alojamiento

Las condiciones de los establecimientos hoteleros deberán contener las siguientes condiciones:

- Servicios de recepción
- Servicios de pisos
- Servicios telefónicos
- Botiquín primeros auxilios

- Alimentos y bebidas
- Carta de platos y bebidas

Comedor independiente de la cocina y adecuado al servicio y categoría. El personal en contacto con el público se presentara aseado y limpio y usando prendas apropiadas que le identifiquen como tal.

Cocina con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos y bodegas.

Tabla N°5

Tabla de Alojamientos Hoteleros

Alojamientos Hoteleros	
Hoteles	(Mínimo 30 habitaciones)
Hostales	(De 12 a 29 habitaciones)
Pensiones	(De 6 a 11 habitaciones)
Hosterías, moteles, refugios y cabañas	(Mínimo de 6 habitaciones)
Albergues	(De 6 a 11 habitaciones)
Extra hoteleros	Se clasificarán y registrarán en atención a sus instalaciones y servicios.

Fuente: Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2012)

Elaborado por: Santiago Rafael Endara Campaña

Las condiciones de los establecimientos hoteleros deberán contener las siguientes condiciones:

- Servicios de recepción
- Servicios de pisos

- Servicios telefónicos
- Botiquín primeros auxilios
- Alimentos y bebidas
- Carta de platos y bebidas

Comedor independiente de la cocina y adecuado al servicio y categoría. El personal en contacto con el público se presentara aseado y limpio y usando prendas apropiadas que le identifiquen como tal.

Cocina con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos y bodegas.

Tabla N°6

Resumen De requisitos de hoteles en el Ecuador según su categoría.

Aspectos a evaluar	Una estrella	Dos estrellas	Tres estrellas	Cuatro estrellas	Cinco estrellas
ALOJAMIENTOS HOTELEROS	CAMPAMENTOS APARTAMENTOS CABAÑAS REFUGIOS	HOSTERIAS HOTELES HOSTALES RESIDENCIA S	HOTELES HOSTALES	HOTELES	HOTELES
1. PASILLOS	X	X	X	X	X
2. ESCALERAS		X	X	X	X
3. RECEPCIÓN Y PORTERÍA		X			
4. SALA DE ESTAR			X	X	X
5. ESTACIONAMIENTO				X	X
6. SEGURIDAD		X	X	X	X
7. OTRAS INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO			X	X	X
8. PERSONAL DE ATENCIÓN AL PÚBLICO		X	X	X	X
9. SALA DE LECTURA					X
10. SALÓN DE USOS MÚLTIPLES (CANTIDAD DE SALONES Y				Uno - superficie	Uno- Superficie

SUPERFICIE DE CADA UNO)				0,75 m2 plaza	1 m2 por plaza
11. SALÓN INDEPENDIENTE DE BANQUETES					X
12. SALÓN INDEPENDIENTE DE JUEGOS				X	X
13. SALÓN DE JUEGOS PARA NIÑOS					X
14. SALA INDEPENDIENTE DE TV Y PROYECCIONES			X	X	X
15. PARQUE					
16. PARRILLA CAPAC. MIN. 30 PAX - SUPERFICIE TOTALMENTE CUBIERTA					X
17. PILETA DE NATACIÓN				X	X
(1) Si el establecimiento cuenta con más de una pileta podrán sumarse las superficies de las piletas a los efectos de complementar con la superficie requerida.					
(2) Si la pileta es climatizada se permitirá una reducción del 25% de la superficie requerida					
18. GIMNASIO -EN AMBIENTE- SEPARADO E INDIVIDUALIZADO-					
Lockers, vestuarios y sala de relax espacios comunes para los ítems 10, 11 y 12					
19. SAUNA			X	X	X
20. SERVICIO DE ALIMENTACIÓN				X	X
1. Horario de servicio					
* Desayuno	3 horas	3 horas	3 horas	4 horas	4 horas
* Almuerzo				3 horas	3 horas
* Cena				3 horas	3 horas
2. Diversidad del servicio					
* Desayuno	Servicio obligatorio				
* Continental	X	X	X	X	X
* Almuerzo				X	X
* Buffet					X
* Almuerzo/cena	SERVICIO OPERATIVO	SERVICIO OPERATIVO	SERVICIO OPERATIVO		
* Ejecutivo		X	X	X	X
* Entradas		X	X	X	X
21. BAR					
2. Horario de servicio					
3. Diversidad de servicio					
24. OTROS SERVICIOS					
1. Servicios de lavandería y tintorería					
2. Envío y recepción de fax					
3. Personal de RRPP					
4. Generador de energía propia					

Facilidades para Discapacitados en áreas de uso	Ver ordenanza 3395/99 y su reglamentación, Resolución N 4516/04 de eliminación de Barreras Físicas.				
7. Servicio de acceso a internet					X
8. Servicio de baby sister			X	X	X
A. HABITACIÓN	X	X	X	X	X
7. EQUIPAMIENTO			X	X	X
1. Control de luces desde la cama			X	X	X
2. Radio/musicalización		Radio y música	Radio y música	Radio y música	Radio y música
3. TV color			X	2", cabl-satel, control remoto	2", cabl-satel, control remoto
4. Teléfono		DDN	DDN	DDI-DDN-móvil	DDI-DDN-móvil-voice mail
5. Servicio de fax			X	X	X

Fuente: Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2012)

Elaborado por: Santiago Rafael Endara Campaña

3.2.3 Categorización de la restauración y sus características.

RESTAURANTES DE LUJO

Instalaciones

a) Entradas. Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio y mercaderías.

b) Vestíbulo. Con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos, independientes para hombre y mujeres. En el vestíbulo podrá instalarse un Bar.

c) Comedor. Superficie, capacidad y categoría adecuada al servicio.

d) Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, office, almacén, cámaras frigoríficas y cuartos fríos

para carnes, pescados y verduras, mesa caliente, fregaderos, extracción de humos y olores.

e) Mobiliario. Alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela acorde a la categoría.

f) Aire acondicionado y/o calefacción.

g) Ascensor. Si el establecimiento estuviese situado en planta cuarta o superior de un edificio.

h) Escalera de servicio. Si el establecimiento tuviese más de una planta interior.

i) Dependencias del Personal de Servicio. Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.

Servicios

a) Carta de Platos. Un primer grupo de entradas, con diez variedades y cuatro sopas o cremas.

Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cinco variedades.

Un tercer grupo de pescados con cinco variedades.

Un cuarto grupo de carnes y aves con cinco variedades.

Un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con cinco variedades.

b) Carta de vinos. Con cinco variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados, tintos, licores, whiskies, coñacs, y champagnes. Así como aguas, cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.

El servicio se hará de fuente a plato, utilizándose mesas auxiliares o gueridones, rechauds o infernillos y cubre fuentes o cubre platos para la salida de platos de la cocina al restaurante.

Personal:

a) Un Maitre o jefe de comedor con conocimientos del idioma inglés.

b) Personal suficiente y uniformado, con estaciones de cuatro mesas por salonero.

RESTAURANTES DE PRIMERA CATEGORÍA

- a) Entradas. Entrada para los clientes independiente de la de personal de servicios y mercancías.
- b) Vestíbulo. Con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres.
- c) Comedor. Con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría
- d) Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, office, almacenes, cámaras frigoríficas, cuartos fríos para carnes, pescado y verduras, mesa caliente, fregaderos, extractores de humos y olores.
- e) Mobiliario, Alfombras, lámparas, tapicería, vajilla cristalería, mantelería y servilletas de tela acorde a la categoría.
- f) Aire acondicionado y calefacción.
- g) Ascensor. Si el establecimiento está situado en planta superior a la cuarta del edificio.
- h) Escaleras de Servicio. Si el establecimiento tuviera más de una planta.

i) Dependencias del Personal de Servicio. Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.

Servicios:

a). Carta de Platos. Un primer grupo de entradas con variedades y tres sopas o cremas.

Un segunda grupo de verduras, huevos y fideos con cuatro variedades.

Un tercer grupo de pescados con cuatro variedades.

Un cuarto grupo de carnes y aves con cuatro variedades.

Un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con cuatro variedades.

Carta de vinos. Con cuatro variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados y tintos, licores, whiskies, coñacs, champagnes. Así como aguas cervezas colas, refrescos, café e infusiones.

Personal:

a) Un Maitre o Jefe de Comedor con conocimiento del idioma inglés.

b) Personal suficiente y uniformado, con estaciones de seis mesas por salonero.

RESTAURANTES DE SEGUNDA CATEGORÍA

Instalaciones:

a) Entradas. Una sola entrada para los clientes y personal de servicio y mercancías.

b) Teléfono, servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres.

c) Sala comedor. Con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría.

d) Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos, almacenes y extractor de humos.

e) Mobiliario. Decoración, vajilla, cubertería, cristalería, mantelería y servilletas acordes a su categoría.

Dependencias del Personas de Servicio Servicios Higiénicos.

Servicios:

a) Carta de Platos. Un primer grupo de entradas con cinco variedades y dos sopas.

Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos tres variedades.

Un tercer grupo de pescados con tres variedades.

Un cuarto grupo de carnes y aves con tres variedades.

Un quinto grupo de postres, compuestas de dulces, helados, quesos y frutas con tres variedades.

b) Carta de vinos, con tres variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados y tintos, icores whiskies, coñacs, champanes.

Colas aguas, refrescos cervezas, café e infusiones.

Personal:

a) Personal suficiente y uniformado, con estaciones de ocho mesas por salonerero.

RESTAURANTES DE TERCERA CATEGORÍA Instalaciones:

Instalaciones:

a) Entradas. Una sola entrada para los clientes y personal de servicios y mercancías.

b) Teléfono y servicios higiénicos comunes para hombres y mujeres.

c) Comedor. Adecuado al servicio, capacidad y categoría

d) Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos y bodegas.

e) Mobiliario, decoración, vajilla, cubertería, cristalería y mantelería decorosa y acorde a su categoría.

f) Dependencias del personal de servicio, servicios higiénicos para el personal.

Servicios:

a) Carta de platos. Un primer grupo de entradas y sopas
Con cuatro variedades

Un segundo grupo de huevos y fideos con dos variedades

Un tercer grupo de pescados con dos variedades.

Un cuarto grupo de carnes y aves con dos variedades.

Un quinto grupo de postres con dos variedades.

Personal:

a) El personal en contacto con el público se presentará aseado y limpio y usando prendas apropiadas que le identifique como tal.

RESTAURANTES DE CUARTA CATEGORÍA

Instalaciones:

a) Comedor independiente de la cocina y adecuado al servicio y categoría.

b) Cocina limpia, decorosa e higiénica

c) Servicios higiénicos comunes para la clientela y el personal de servicio.

Servicios:

a) Carta de Platos y Bebidas con una variedad de platos y bebidas.

Personal:

a) El personal en contacto con el cliente, limpio y aseado. (CAPTUR, 2002)

3.2.4 Recreación

Siendo la acción o actividad de personas involucradas en el uso constructivo y personalmente placentero del tiempo libre. La recreación activa o pasiva, individual o de grupo en deportes, funciones culturales, apreciación de la historia natural o humana, educación no formal, placer, recorridos y espectáculos.

Este juego creativo de las personas forma parte de su comportamiento cuando se desplazan como turistas en sus viajes de vacaciones. Porque su recreo favorito, u otro ocasional, se le ofrece en el destino turístico.

Debido a que es la motivación a trasladarse a un lugar en particular. Por esta razón, la recreación forma parte de la planta turística. (Di-Bella, 2006)

3.2.5 Servicios de apoyo

Es todo aquello que la sociedad urbana requiere para funcionar adecuadamente, por el ejemplo, transportes públicos, comunicaciones, policías, bomberos, hospitales, etc.

Se debe tener en cuenta con un atractivo de cualquier índole, es en sí mismo un destino turístico, el cual requiere de los servicios de apoyo para lograr el funcionamiento adecuado, tanto para la sociedad ahí asentada como para la sociedad que lo visita transitoriamente. Igualmente, aquellos lugares que han sido diseñados como destino turísticos, deben contar desde un principio con los servicios generales que requiere el turista, no solo para satisfacer necesidades particulares, sino también para su comodidad y seguridad.

La jerarquía que cada persona le dé a estos servicios, dependerá de su temperamento carácter. Sin embargo, en términos generales podemos mencionar los siguientes aspectos.

Teléfono, telégrafo, correo para utilizarlos en una comunicación y posible.

Bancos y casas de cambio de moneda que lo protejan en lo relacionado a sus operaciones.

Transportación local, taxis y autobuses que complementen su desplazamiento con seguridad y economía.

Estaciones de combustible y servicio mecánico como ayuda a quienes se movilizan en sus vehículos, sean terrestres o acuáticos.

Pólizas de seguro de vida, daños y accidentes que los protejan durante su traslado, en su alojamiento y sus propiedades por cualquier imprevisto, incluyendo el seguro contra el mal tiempo, tan popular para algunos destinos turísticos.

Existen otros servicios de apoyo que puedan considerarse necesarios para el viajero, aunque no en igual medida que los antes citados.

Estos pueden ser:

- Automóviles en renta
- Información turística, (mapas, folletos y directorios)
- Guías de turistas e interpretes
- Tiendas (fotografía, ropa, artesanías, artículos de recreo, etc.)
- Puestos de periódicos, revistas y tarjetas postales
- Lavanderías y tintorerías
- Tiendas especializadas en la venta o renta de equipo deportivo.

3.3 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

El término "infraestructura" se refiere a los sistemas que hacen posible el correcto funcionamiento de una actividad empresarial (industria) o de un colectivo de personas (comunidad). Entre los sistemas de infraestructuras básicas que sirven para ambos propósitos figuran los servicios de electricidad, agua, alcantarillado, comunicaciones, las instancias gubernamentales (como la policía y el transporte).

Uno de los argumentos más antiguos, pero que aún se sigue esgrimiendo como aspecto importante a la hora de lograr un mayor desarrollo turístico, es que esta industria se puede construir sobre la base de las infraestructuras existentes. Si bien esto puede ser cierto en algunos casos, no lo es de forma universal. A menudo, las infraestructuras están funcionando al límite de sus posibilidades, o se encuentran en tal malas condiciones que el aumento del uso puede llevar a la sobrecarga y la descomposición del sistema.

Los proyectos relacionados con la infraestructura suelen ser iniciativas costosas y casi siempre se consideran responsabilidad de los gobiernos. Debido a esto, las administraciones públicas influyen en gran medida en el crecimiento del turismo. El Gobierno usa con las infraestructuras como incentivo para atraer

negocios nuevos hacia el ámbito de actuación. (Jafar, 2000, págs. 358,359)

- Suministro de agua
- Suministro de electricidad
- Tratamiento y evacuación de aguas residuales
- Vallado y cierre de protección
- Viales interiores
- Accesos
- Estacionamiento de vehículos
- Sistema de seguridad contra incendios
- Tratamiento y eliminación de basuras
- Oficina de recepción. (Fernández & Blanco, 1999)

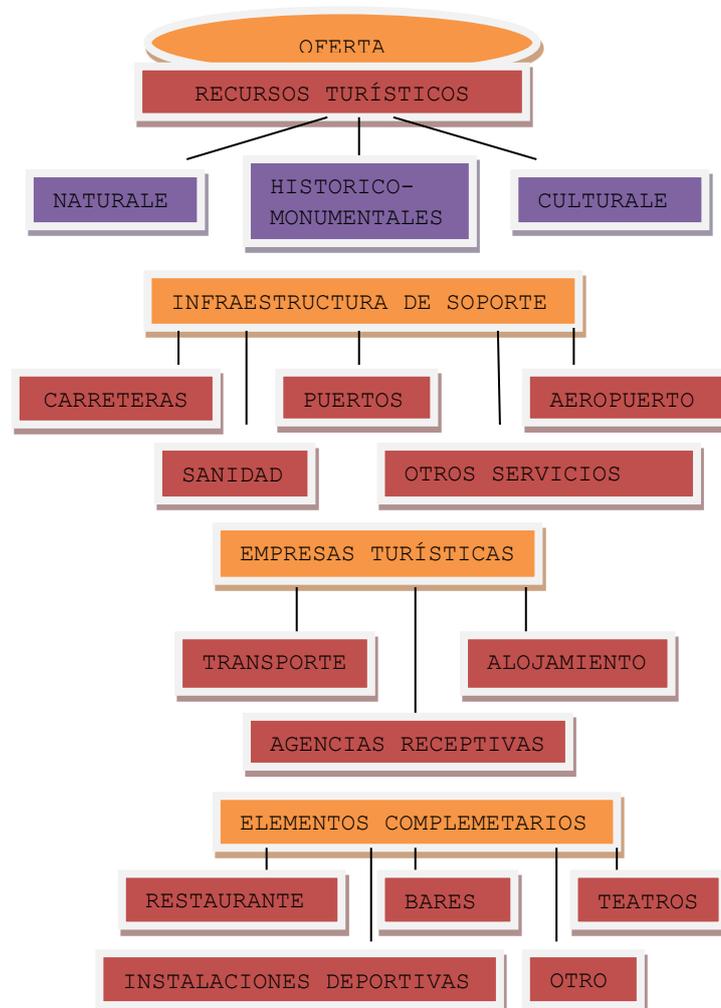
CAPÍTULO IV OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

4.1 DEFINICIÓN DE OFERTA TURÍSTICA

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos.

Gráfico N°1

Cuadro de Oferta turística y sus elementos



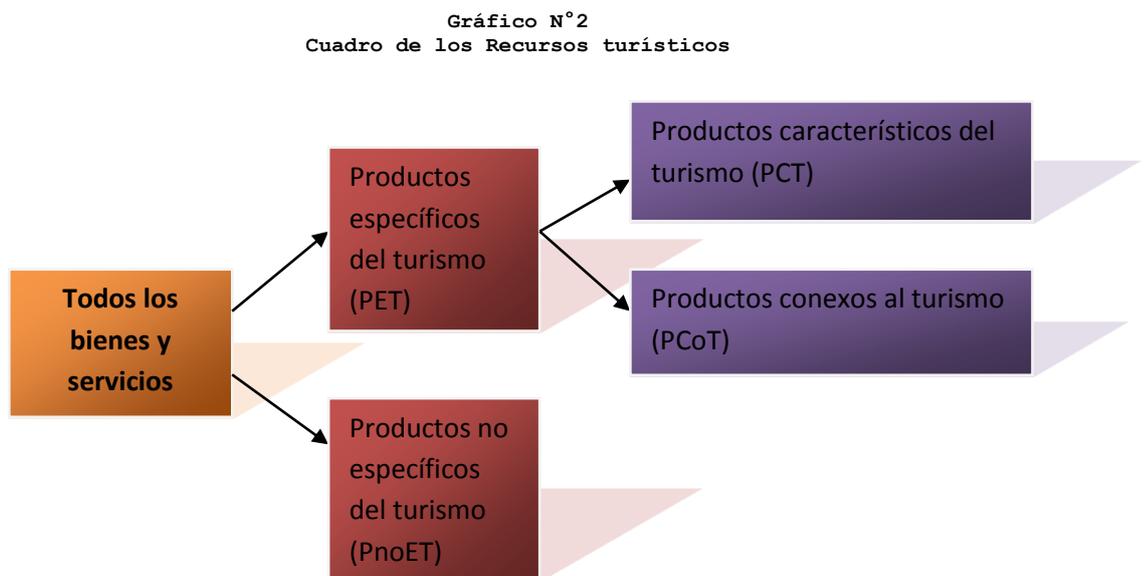
Fuente: (Tovar, 2000, pág. 35)

Elaborado por: Santiago Rafael Endara Campaña

4.1.1 Recursos turísticos

Los productos específicos del turismo es el conjunto formado por las dos categorías anteriores.

Esquemáticamente:



Fuente: (Aguinaga, y otros, 2005)

Elaborado por: Santiago Rafael Endara Campaña

Como se señaló, la Organización Mundial del Turismo (en adelante, OMT) ha desarrollado, a partir de la Clasificación Central de Productos (CPC), Versión 1, un listado provisional de productos específicos del turismo (PET), en función de los siguientes criterios:

- Productos cuya oferta dejaría de existir en cantidades significativas en ausencia de visitantes;

- Productos que representan una cuota importante del consumo turístico; y
- Productos en cuya ausencia el consumo turístico podría ser seriamente afectado.

Los productos característicos del turismo (PCT) son un subconjunto del grupo de productos específicos del turismo. Con el fin de lograr comparabilidad internacional, es conveniente utilizar un alto nivel de desagregación de esos productos para que sean fácilmente identificables sus atributos y cualidades. No obstante, esa posibilidad está limitada por el nivel de la información de base por lo que el listado de productos característicos del turismo tiene generalmente un nivel elevado de agregación.

En efecto, el nivel de presentación de los PCT en las tablas de las CST es el siguiente:

Lista de productos característicos del turismo

1. Servicio de alojamiento

- Hoteles u otros servicios de alojamiento
- Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuita.

2. Servicios de transporte de pasajeros

- Servicios de transporte interurbano por ferrocarril
- Servicios de transporte por carretera
- Servicios de transporte marítimo
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios conexos al transporte de pasajeros
- Alquiler de bienes de mantenimiento para el transporte de pasajeros
- Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros.

3. Servicios de agencias de viaje, tour operadoras y guías de turismo

- Servicios de agencias de viaje
- Servicios de tour operadora
- Servicios de información turística y guías de turismo.

4. Servicios culturales

- Representaciones artísticas
- Museos y otros servicios culturales.

5. Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento

- Deportes y servicios recreativos deportivos
- Otros servicios de esparcimiento y recreo.

6. Servicios turísticos diversos

- Servicios financieros y de seguros
- Otros servicios de alquiler de bienes
- Otros servicios turísticos

4.2 Análisis de la oferta turística de San Rafael.

La parroquia de San Rafael, localizado a escasos 20 minutos de Quito. Contiene atractivos naturales complementados con el arte, la cultura, la gastronomía, pero fundamentalmente con la bondad y la hospitalidad de los pobladores.

El Parque "Eduardo Kingman", el Paseo Escénico Santa Clara, la Casa-Museo "Eduardo Kingman", El centro comercial San Luis Shopping, que ha sido punto importante para la economía de la Parroquia y punto de encuentro de sus pobladores, sin olvidar la diversidad gastronómica que ofrece en sus diferentes Restaurantes para todas las clases sociales y gustos.

Se ha podido también constatar que muy difícilmente se puede realizar actividades para con la naturaleza ya que siendo una zona urbana se han perdido

los espacios verdes, aún así en las riberas de los ríos que bañan a la parroquia aún se puede observar diversidad de flora y fauna en especial aves propias de la zona como quindes, golondrinas, quilicos y el muy común gallinazo de cabeza negra. Además la parroquia ofrece diferentes servicios como renta de automóviles y punto de referencia para llegar a otros destino turísticos.

4.3 DEMANDA TURÍSTICA

4.3.1 Definición

Se define como consumo al desgaste del que son objetos los bienes, sea por su utilidad en el uso o disfrute o por su utilización en un proceso productivo.

Debido a que el desgaste de los bienes es difícilmente medible, en lugar del concepto de consumo, se utiliza el de gastos de consumo (cantidad de bienes comprados para consumo) o el de gastos de los consumidores que es el conjunto de bienes comprados para uso o consumo en un periodo de tiempo, y que por la vida (cualitativa y cuantitativamente) útil de los bienes de consumo duradero no coincide con el consumo de ese producto.

La naturaleza de estas relaciones así como las reacciones de la cantidad demandada u ofrecida respecto de las variaciones de precios se cuantifican por medio de la elasticidad.

La demanda y los precios varían de manera inversa; un aumento de precios va acompañado de una contracción de la demanda, por lo que la elasticidad de la demanda es negativa por definición (por el contrario, la elasticidad de la oferta es positiva, en tanto la relación de los precios y cantidad varían en el mismo sentido). (Aguinaga, y otros, 2005)

4.3.2 Definición y clasificación del turista

Visitante: persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada. Los visitantes se dividen en dos categorías:

Turistas: visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros:

- Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes)

Excursionistas: visitante temporal que permanece de 24 horas en el país visitado. Incluye a los viajeros de

crucero (no deben incluirse en las estadísticas los viajeros que entran ilegalmente al país, como son los que están en tránsito en un aeropuerto o casos similares).

Para efectos de turismo interno o nacional se debe sustituir la palabra "País" por Estado, Municipio, Zona, Ciudad, Región o cualquier otra que se use. Todos los demás conceptos pueden ser válidos.

Este es uno de los casos en que es difícil una estricta clasificación.

Lo que implica este apartado es que el viajero de negocios contingente, por lo general utiliza todos los medios y servicios turísticos; incluso en el caso de viajes internacionales, su entrada al país visitado se clasifica de esta manera y se otorgan a los turistas las facilidades migratorias correspondientes. No sucede así con aquellos que se trasladan a un país o región en busca de trabajo, o bajo un contrato de servicios cuyos emolumentos sean cubiertos por residentes de estos sitios. En este caso es distinta, casi siempre, su calidad migratoria, la cual varía según el país visitado. (Di-Bella, 2006)

Así como hay turistas que conscientemente escogen sus destinos, otros llegan a un país por coincidencia o porque había una oferta; hay turistas que quieren saber todo de su destino y hay los que después de su viaje no saben dónde se encuentra el país que visitaron ni que vieron: unos quieren lujos, otros no. Algunos no quieren ver pobreza, mientras a otros les gusta visitar cada parte del destino. Así que para hacer una clasificación, es necesario generalizar.

Clasificación del turista según sus características:

El "muy consumista".- es de clase económica media o alta; así, con el incremento de la demanda y la oferta turística, y con altos ingresos, el consumo se vuelve algo primordial para él.

"El hedonista".- el turista que se deja llevar siempre por la pregunta de que le agrada más para llegar a un máximo nivel de satisfacción personal.

El "vive ahora".- piensa que el futuro es algo inseguro, que en cualquier momento puede haber una crisis económica, guerra, o algo inesperado que impida viajar, lo que provoca una actitud de: "hay que provechar ahora, vivir el presente cuando todavía se puede".

El "físico y material".- sus palabras claves son: juventud, sol, deportes y salud.

El "móvil".- no se restringe en cierto lugar o región. Además de su mayor movilidad física también mejora su movilidad psicológica, o sea, lo lejano y lo desconocido que antes le daban miedo se han vuelto algo atractivo e interesante, por el mismo hecho de ser desconocidos.

El "crítico".- sabe muy bien lo que quiere y lo que no quiere. Esto no es lo mismo que ser racional. Toma todavía muchas decisiones basándose en sus sentimientos y posteriormente les da argumentos racionales.

Clasificación según los términos psicocentrismo y alocentrismo

Psicocentrismo.- compuesto de las voces "psique", que literalmente se refiere al alma, a la persona misma y "centro", lugar donde convergen las cosas; en este caso, los pequeños problemas cotidianos.

Sus características son:

- Restringido intelectualmente
- Toma pocos riesgos

- Gasta en productos materiales y en compras impulsivas
- No es aventurero
- Le falta confianza en sí mismo
- Prefiere un desarrollo turístico de alta concentración
- Prefiere un ambiente familiar conocido.

Alocentrismo.- la raíz "alo", del latín, significa "variado en forma" o sea, alguien cuyos modelos de interés son ricos y variados. "Centro", aquí, indica centrar los intereses personales en una gran diversidad de metas y desafíos. Características principales:

- Curioso intelectualmente
- Moderado para tomar riesgos
- Gasta la mayor parte en viajar
- Es aventurero
- Tiene confianza en sí mismo
- Prefiere pequeñas cantidades de gente
- Disfruta el tratar con gente de una cultura desconocida y/o extranjera.

Turista masa.- planifica un viaje completo en su país de origen: transporte, acomodación y excursiones/guías. Va a destinos que cuentan con un alto grado de facilidades, especialmente en playas. Requiere de limpieza y un menú con platillos conocidos. Es reacio a

aceptar lo extranjero y lo exótico, que tiene poco interés para él.

Turista masa individual.- va al mismo tipo de hotel que el turista masa, aunque acostumbra hacer el mismo sus reservaciones. No compra un paquete todo incluido, para poder hacer cambios. A esta categoría se le llama "individual", pero si viaja en grupo. Es turista masa, porque va a los mismos hoteles y a los mismos destinos que los mencionados en el punto anterior.

Organizado.- para este mercado se han creado muchas agencias de viajes de pequeña escala que ofrecen viajes exóticos, ecológicos, de alternativas o de aventura para grupos de 6 a 20 personas. El guía viene del país de origen y conoce el destino. Allí suelen tener otro guía. Generalmente llevan sus casas de campaña, pero a veces se quedan en cabañas u hoteles locales. Aunque no quieren parecerse al turista masa, el grado de organización de viajes es alto, como su nivel de educación. En estos grupos hay generalmente muchos individuos, y parejas en la que ambos trabajan, por lo general, en el sector independiente. En esta categoría hay muchos que viajan solos, ya que el turismo masa está muy mal equipado para turistas solos.

Individual.- el turista de este grupo viaja solo o en grupos de hasta cuatro personas. No ocupa hoteles, sino que busca acomodación local. También es de un alto nivel de educación. En promedio es mucho más joven que el "organizado". Su grado de educación no tiene que ver nada más con un alto grado de conocimiento, sino con una actitud que representa mucha confianza en sí mismo; supone estar en control de las cosas y, por eso, ve al mundo como una invitación en vez de una amenaza. A pesar de que también visita los lugares populares, suele adentrarse más en la región.

Además, sus viajes son más largos que el promedio y todo lo hace según sus libros o guías de viaje. Por esto es importante para los prestadores y todo lo hace según sus libros o guías de viaje. Por esto es importante para los prestadores de servicios y los que ofrecen hospedaje, aparecer mencionados en dichas guías de tal forma que les llame la atención a los turistas de esta categoría.

El pionero.- este es un "viajero individual" que busca nuevos caminos. Va a lugares donde nadie ha ido todavía. De todas las categorías es el turista que más viaja solo. Él prepara los caminos para todos los otros tipos de turistas. (Deffis, 2000).

4.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE SAN RAFAEL

Haciendo un análisis general y previo a esta investigación se ha llegado a la conclusión que en la Parroquia de San Rafael en los últimos años ha obtenido mayor mercado turístico en época de festividades cantonales, en el mercado gastronómico y por el simple hecho de ser una ciudad de paso para acceder a los atractivos turísticos que se encuentran en su entorno.

La actividad de una demanda internacional escasea en la Parroquia por no tener la suficiente actividad turística para su comercialización. Como se menciona, la Parroquia ha funcionado como una ciudad de paso para el turista nacional, con lo cual se ha podido constatar en las estadísticas según el GAD del Cantón Rumiñahui se estima que aproximadamente visitan 30.000 turistas entre mayo y septiembre época de festividades, y el 10% visita la parroquia directamente para hacer uso de su gastronomía.

TERCERA PARTE - METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

En primera instancia se llevó una investigación descriptiva, utilizando datos estadísticos que ayudó a conocer situaciones en el campo de estudio, utilizando como técnicas para recolección de datos como son las encuestas y fichas de levantamiento turístico, que describieron, analizaron e interpretaron los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

Tomando en cuenta el diseño cuantitativo donde la encuesta estructurada, permitió obtener datos provenientes de un cálculo o medición matemática, para exponer los resultados, para esto se realizaron 10 preguntas dicotómicas, enfocadas a la población de San Rafael.

Además al utilizar datos de una investigación cualitativa, los estudios proporcionaron una gran cantidad de información valiosa, pero poseen un limitado grado de precisión, porque emplean términos cuyo significado varía para las diferentes personas,

épocas y contextos. Los estudios cualitativos contribuyeron a identificar los factores importantes que deben ser medidos. Utilizando una entrevista no estructurada de 10 preguntas que se hizo a las autoridades, en este caso a los funcionarios competentes en el área de turismo del GAD del Cantón Rumiñahui siendo personas especializadas en el tema y de la parroquia.

3.2. UNIVERSO Y MUESTRA.

El universo que se ha tomado en esta investigación, es el número de habitantes, ya que datos de afluencias turísticas en la Parroquia de San Rafael son inexistentes, por el motivo que es una ciudad de paso que los turistas utilizan para llegar a otros destinos turísticos. Este dato corresponde a 6.699 habitantes en la Parroquia según el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui. Además que también se hizo una encuesta al Departamento de turismo.

Para obtener la muestra del número de personas que fueron encuestadas, teniendo en cuenta que son encuestas estructuradas se utilizó la siguiente fórmula.

Muestra probabilística simple:

- . p= 0.50 .q= 0.50 .E= 0.05
- . K= 2 .N= Número de turistas (6699habitantes)

FÓRMULA:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + p \cdot q}$$

$$n = \frac{6699 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(6699 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{6699 \cdot 0,25}{(6698) 0,000625 + 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{1674,75}{4,18625 + 0,25}$$

$$n = \frac{1674,75}{4,43625}$$

$$n = 377,5$$

Con el desarrollo de esta fórmula se ha obtenido la muestra de 378 encuestas con las que se trabajó en la investigación.

3.3. INSTRUMENTOS RECOLECCIÓN DE DATOS.

Para la presente investigación se manejaron varios instrumentos tales como:

Las encuestas estructuradas que se basaron a las necesidades turísticas que los pobladores describen, y las entrevistas estructuradas fueron realizadas para la Dirección de planificación de GAD y la Dirección Turística del GAD del Cantón Rumiñahui. Se utilizaron fichas para el levantamiento de la planta turística según el formato del MINTUR, además de encuestas que formuladas a la población de la parroquia y a funcionarios del GAD Cantón Rumiñahui.

Para ejecutar esto también se ha utilizado un mapeo físico de la parroquia, y así se cubrió toda la zona en investigación.

3.4. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo realizado para esta investigación fue de forma sistemática, las encuestas predeterminadas que se realizó a la población de San Rafael tuvo lugar en los lugares de mayor afluencia poblacional que se encuentra en el Triángulo (sector comercial de la Parroquia) estas encuestas fueron recibidas por gente que vive en la Parroquia, además se tomó muy en cuenta a la juventud ya que a través de ellos se puede tener una perspectiva a futuro en el turismo, y el punto de vista de los jóvenes, así que se visitó un colegio

cerca de la zona Academia Militar del Valle, donde por medio de las autoridades permitieron realizar las encuestas en los cursos superiores, la forma de traslado fue a pie y bicicleta.

En el caso del levantamiento e inventario turístico se lo hizo utilizando un mapeo de la parroquia para delimitarla y seguir las calles una por una entrevistando a las personas dueñas o responsables de los establecimientos turísticos y gastronómicos y así llenado las fichas establecidas por el Ministerio de Turismo para categorizar cada uno de estos, la forma de movilización fue en bicicleta. Es así como se desarrollo el trabajo de campo para esta investigación.

CUARTA PARTE - PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN GRÁFICA DE RESULTADOS

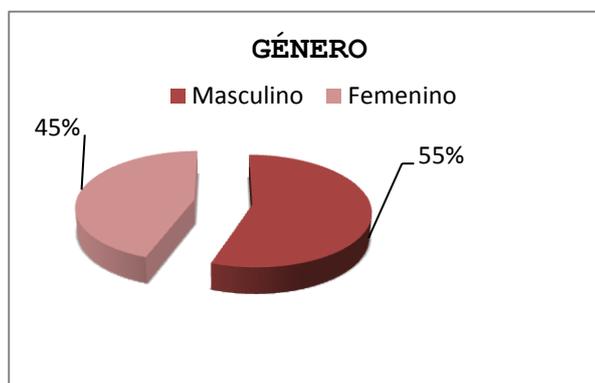
De las encuestas realizadas a los pobladores de la parroquia de San Rafael fueron el 55% de género masculino y el 45% del género femenino con un rango de edad entre los 16 años y mayores de 38 años.

Gráfico N° 3
Género de los encuestados

Tabla N°7
Género de los encuestados

Género	%	f
Masculino	55%	208
Femenino	45%	170
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña



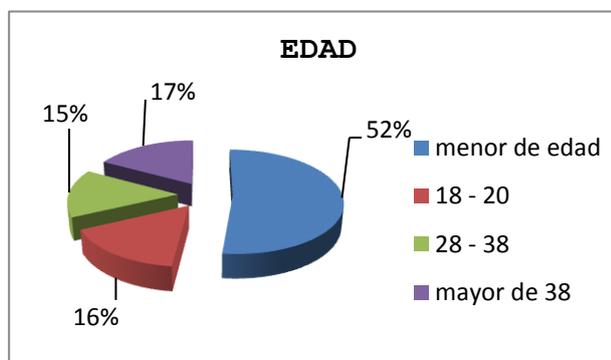
Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Gráfico N°4
Edad promedio de los encuestados

Tabla N°8
Edad promedio de los encuestados

Edad	%	f
menor de edad	52%	197
18 - 20	16%	60
28 - 38	15%	57
mayor de 38	17%	64
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

1.- ¿Qué tiempo vive en la parroquia?

Tabla N°9
Tiempo de vida en la parroquia

Pregunta N. 01	%	F
menor a 3 meses	12%	45
más de 1 año	58%	219
más de 10 años	21%	79
siempre	9%	35
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara
Campaña

Gráfico N°5
Tiempo de vida en la parroquia



Fuente: Pobladores de San Rafael
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

En esta pregunta se ha llegado a analizar que la mayoría de las personas lleva viviendo más de un año en la parroquia, lo cual es muy probable que sean personas comerciantes o que tienen algún negocio en la zona, que es el 58%, lo cual se ha constatado que en menor población que es el 9% la gente que siempre ha vivido en la parroquia ha permanecido y se ha desarrollado en la parroquia, y no ha sido necesario cambiarse de ciudad por estudios, trabajo, etc.

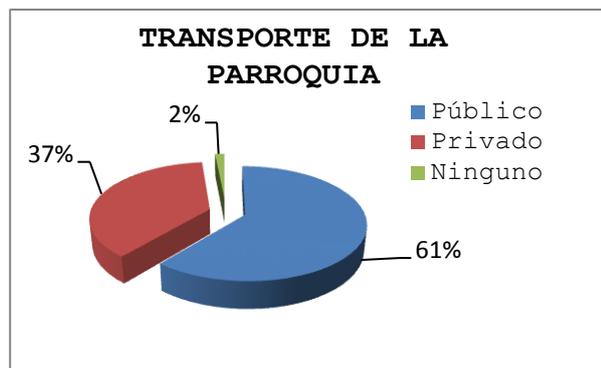
2.- ¿Qué tipo de transporte existe en San Rafael?

Tabla N°10
Incidencia en el transporte

Pregunta N:02	%	f
Público	61%	282
Privado	37%	173
Ninguno	2%	7
TOTAL	100%	462

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara
Campaña

Gráfico N° 6
Incidencia en el transporte



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara
Campaña

Según el 61% observado se entiende que existe un fácil acceso hacia la Parroquia, ya que el transporte público se hace presente, y sin olvidar el transporte privado así como taxis, camionetas, etc. Además hay una mínima población del 2% que no utiliza ningún tipo de transporte ya que no le es necesario muy a menudo.

3.- ¿Qué servicios básicos posee la Parroquia de San Rafael?

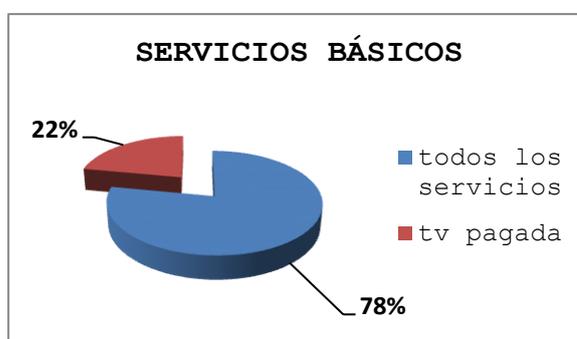
Tabla N°11
Servicios básicos presentes en la Parroquia

Pregunta N. 03	%	f
todos los servicios	78%	295
tv pagada	22%	83
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo

Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Gráfico N°7
Servicios básicos presentes en la Parroquia



Fuente: Investigación de campo

Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

De primera vista podemos observar que la parroquia tiene una infraestructura adecuada ya que el 78% que es mayoría a expresado que tienen todos los servicios básicos como luz, agua, alcantarillado, teléfono, también un porcentaje que además de los servicios básico tienen tv pagada en una cuarta parte de los encuestados.

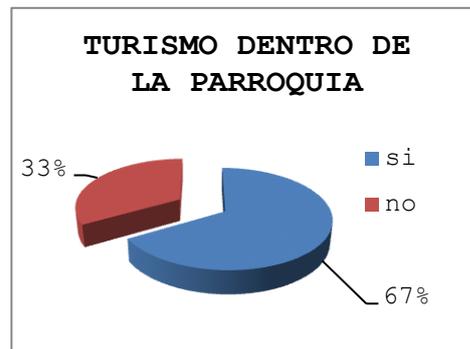
4.- ¿Realiza turismo en su tiempo libre dentro de la parroquia de San Rafael?

Tabla N°12
Frecuencia de actividad turística en los pobladores

Pregunta N. 04	%	f
si	67%	253
no	33%	125
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara
Campaña

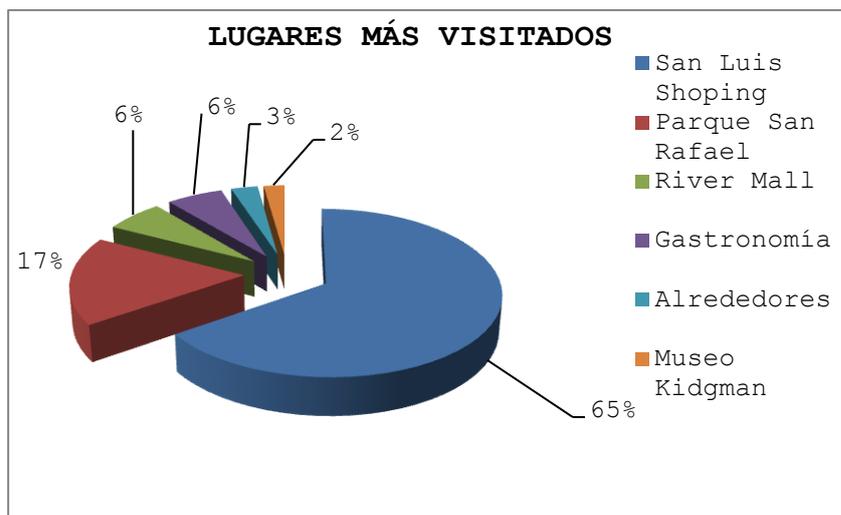
Gráfico N°8
Frecuencia de actividad turística en los pobladores



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara
Campaña

La mayor parte de los encuestados el 67% han optado por realizar turismo dentro de su parroquia considerando que existen puntos comerciales para satisfacer sus deseos turísticos y de recreación aun así hay una suma considerable del 33% que opta por no salir o prefiere salir fuera de la Parroquia para motivar su recreación.

Gráfico N° 9
Actividades turísticas de mayor frecuencia en la Parroquia



Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Tabla N°13
Actividades turísticas de mayor frecuencia en la Parroquia

Donde	%	f
San Luis Shopping	65%	246
Parque San Rafael	17%	64
River Mall	6%	23
Gastronomía	6%	23
Alrededores	3%	11
Museo Kingman	2%	7
TOTAL	100%	374

Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

La población que suele quedarse en su tiempo libre en la parroquia, el 65% ha optado por un sitio donde ellos puedan encontrar diversas formas de distracción así como la compra o paseo en el centro comercial SAN LUIS SHOPPING donde invierten su tiempo en mayoría, pero pequeños grupos de personas prefieren el contacto un poco más en la naturaleza o en visitar lugares comunes

en la parroquia como el parque de San Rafael responde el 17%.

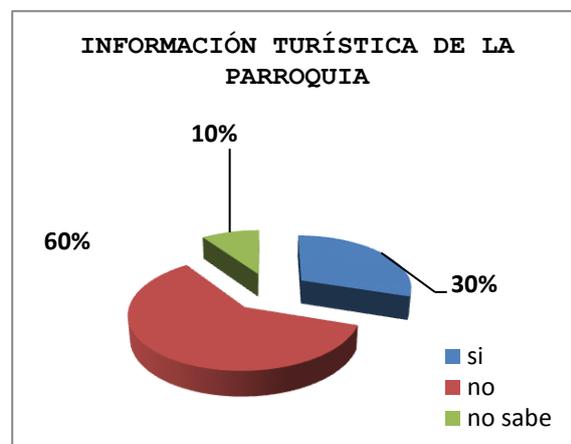
5.- ¿Cree que en la parroquia exista suficiente información turística?

Tabla N°14
Existencia de información turística en la Parroquia

Pregunta N. 05	%	f
si	30%	113
no	60%	227
no sabe	10%	38
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara
Campaña

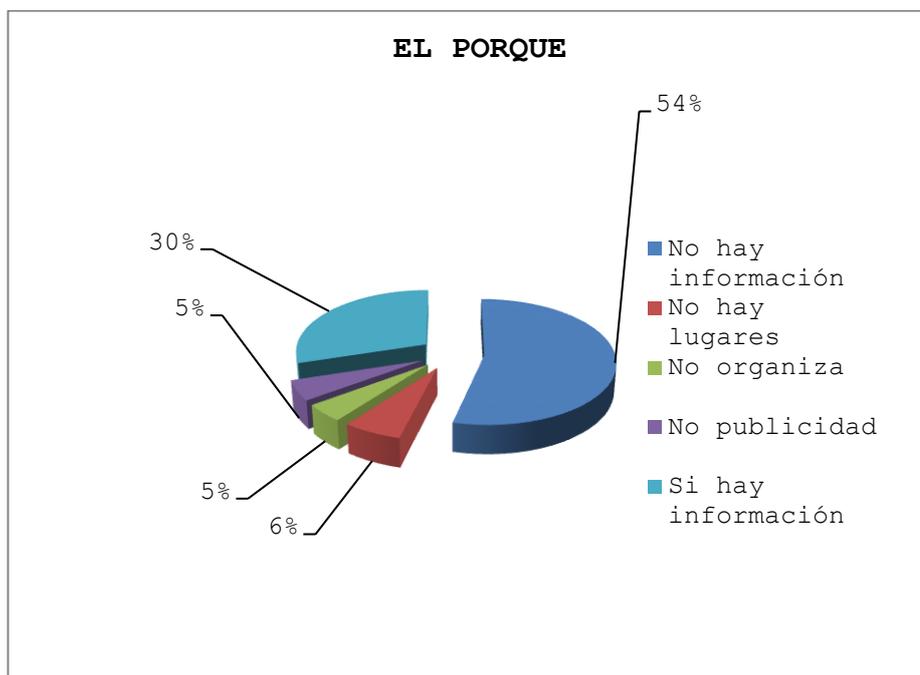
Gráfico N° 10
Información turística en la Parroquia



Fuente: Pobladores de San Rafael
Autor: Santiago Rafael Endara
Campaña

En este caso el 60% piensa que en la parroquia no existe la información turística adecuada como para desarrollarse turísticamente ya que inclusive para las personas que viven hace poco tiempo se le es difícil encontrar lugares o sitios de su interés.

Gráfico N°11
Detalle de la incidencia de la información turística en la Parroquia



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Tabla N°15
Detalle de la incidencia de la información turística en la Parroquia

EL POR QUE	%	f
No hay información	54%	204
No hay lugares	6%	23
No organiza	5%	19
No publicidad	5%	19
Si hay información	30%	113
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Además las razones que más centran como el 54% del porque no existe información turística se basan a que el GAD no ha implantado un punto de información turística a los visitantes, la publicidad que se da la Parroquia pero en conjunto con el Cantón Rumiñahui, y

muy pocas personas han sabido expresarse que la información que encuentran es limitada. Lo dice el 30%.

6.- ¿Tiene conocimiento de algún atractivo turístico?

Gráfico N° 12
Conocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia en la población



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

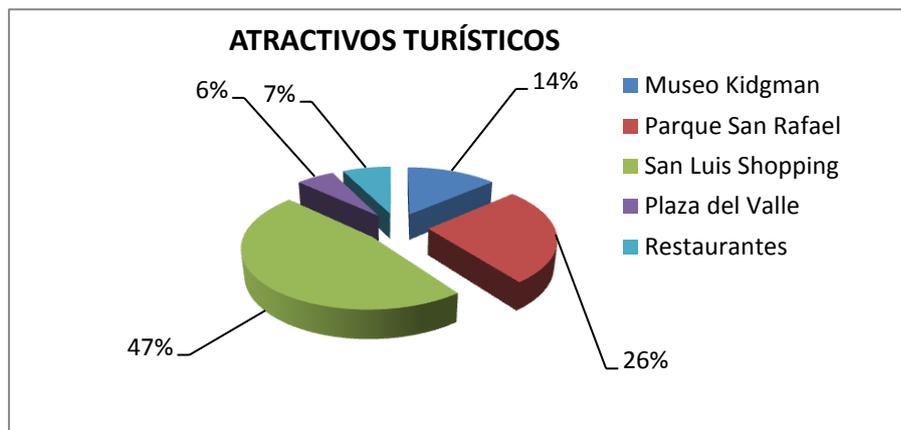
Tabla N°16
Conocimiento de los atractivos turísticos de la Parroquia en la población

Pregunta N. 06	%	f
si	57%	215
no	43%	163
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Cabe decir que la información que la gente obtiene de su parroquia está casi a la par de las personas que no conocen, la mayoría tiene una cultura de viaje o esparcimiento mayor ya que son el 57% de la gente que si se interesan en lo que posee la parroquia en cuanto a las otra personas o el 43% se les es difícil conocer o no tienen interés.

Gráfico N° 13
Atractivos turísticos de la Parroquia con mayor visita del público



Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Tabla N°17
Atractivos turísticos de la Parroquia con mayor visita del público

Atractivos turísticos	%	f
Museo Kingman	14%	26
Parque San Rafael	26%	50
San Luis Shopping	47%	90
Plaza del Valle	6%	11
Restaurantes	7%	14
TOTAL	100%	191

Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Siendo además que los atractivos que ellos conocen es porque están dentro de un núcleo poblacional y común a sus ojos como el caso del parque San Rafael o dice el 26%, donde se encuentran expresiones artísticas del maestro Eduardo Kingman, "monumento a la sed" y en primer plano el centro comercial San Luis Shopping que es más frecuentado por el 47% de los visitantes de la parroquia.

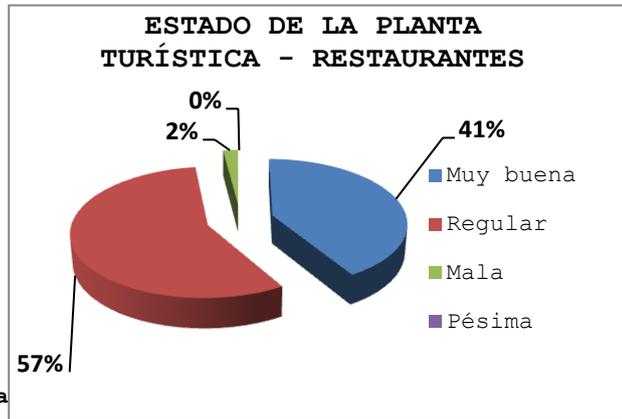
7. ¿Cómo considera la planta turística de San Rafael?

Tabla N°18
Estado de conservación
en la restauración

Restaurantes	%	f
Muy buena	41%	182
Regular	57%	249
Mala	2%	9
Pésima	0%	0
TOTAL	100%	440

Fuente: Investigación de Campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Gráfico N°14
Estado de conservación en la restauración



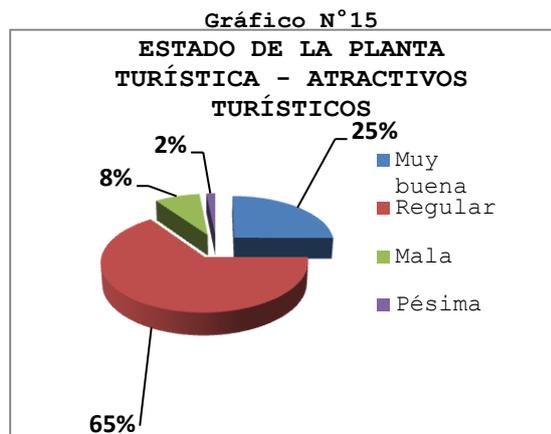
Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Se puede decir que el 41% de la población se siente muy acogida por el ámbito gastronómico ya que es mayor de la mitad de los encuestados que aciertan con esto, la gran variedad de restaurantes con mayor frecuencia las franquicias son exuberantes en esta zona como por ejemplo: May Flower, Che Farina, Federer, y muchas más a cual la población asiste complaciente.

Tabla N°19
Estado de conservación de los Atractivos Turísticos

Atractivos turísticos	%	f
Muy buena	25%	77
Regular	65%	200
Mala	8%	25
Pésima	2%	5
TOTAL	100%	307

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

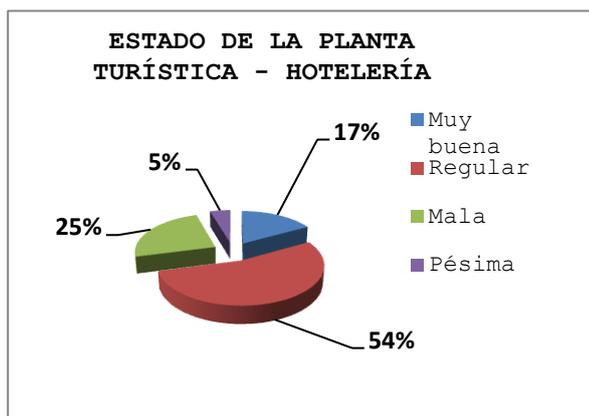
De los atractivos que el 65% de encuestados han dado a conocer que se encuentran en un estado regular ya que son apenas 4 de los que entran en estas características, aun así no han tenido un desarrollo o mantenimiento apto para el mercado turístico.

Gráfico N°16

Tabla N°20
Estado de conservación en Hotelería

Hotelería	%	f
Muy buena	17%	44
Regular	54%	141
Mala	25%	64
Pésima	5%	12
TOTAL	100%	261

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

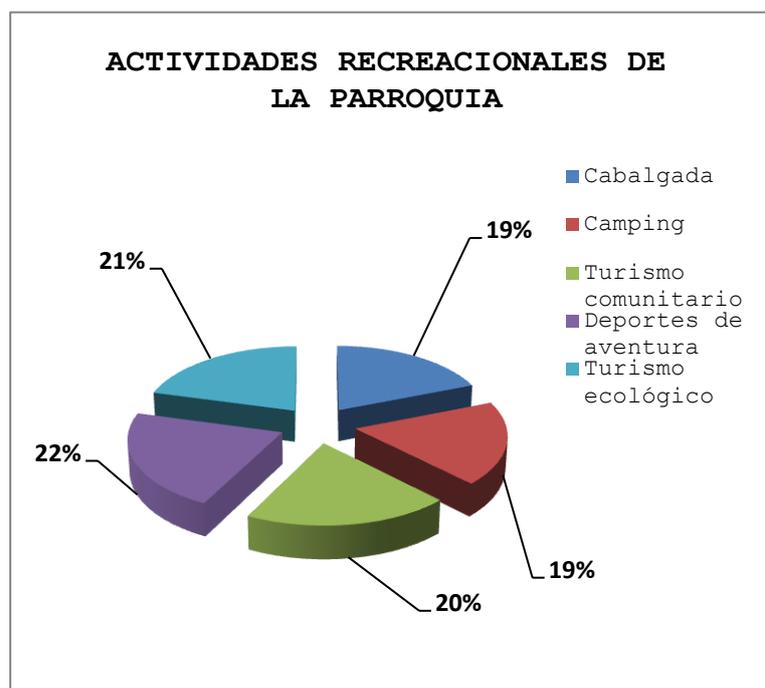


Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

En el ámbito hotelero los habitantes no hacen uso de este, y tampoco para los visitantes es irrelevante, por diversos motivos, aun así el 54% piensan que los 2 establecimientos que ofrecen este servicio son aptos y con un estado regular de las instalaciones.

8.- ¿Qué actividades recreacionales considera usted que se puedan practicar en San Rafael?

Gráfico N°17



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Tabla N°21
Actividades recreacionales que la población desea en su Parroquia

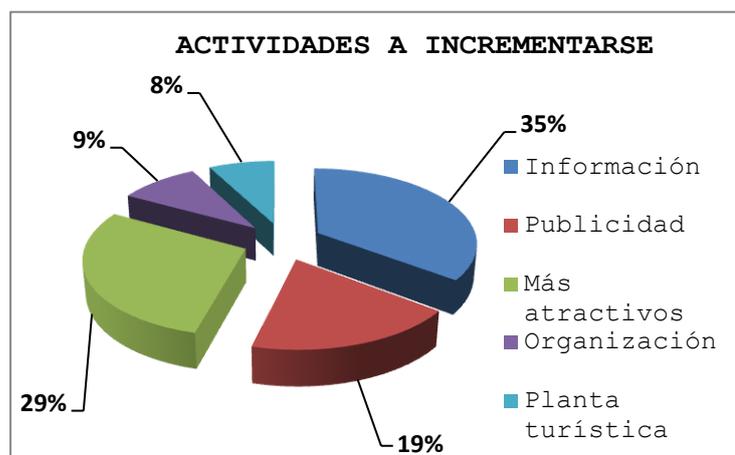
Actividades recreacionales	%	f
Cabalgada	19%	88
Camping	19%	86
Turismo comunitario	20%	92
Deportes de aventura	22%	101
Turismo ecológico	21%	96
TOTAL	100%	463

Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Las opciones vertidas a la población, sus resultados han sido a la par concluyendo que en la parroquia se podría realizar diversas actividades turísticas, dependiendo el tiempo y espacio, que la parroquia dispone pero el 19% de las personas han optado por la cabalgata, y los deportes de aventura que el 22% a preferido.

9.- ¿Qué falta para que la Parroquia de San Rafael se desarrolle turísticamente?

Gráfico N°18



Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Tabla N°22
Actividades a incrementarse en la Parroquia

Actividades a incrementarse	%	f
Información	35%	106
Publicidad	19%	56
Más atractivos	29%	87
Organización	9%	28
Planta turística	8%	23
TOTAL	100%	300

Fuente: Investigación de campo

Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Es evidente que un sitio al cual la gente pasa por alto y no lo considera como punto turístico como lo han expresado las personas, sin duda el 35% ha dicho que falta información y el 29% cree que faltan atractivos.

10.- ¿Cree usted que la parroquia de San Rafael es un destino turístico?

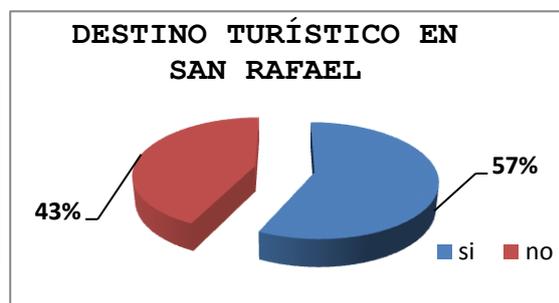
Tabla N°23
Destino turístico San Rafael

Destino Turístico en San Rafael	%	F
si	57%	215
no	43%	163
TOTAL	100%	378

Fuente: Investigación de campo

Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Gráfico N°19

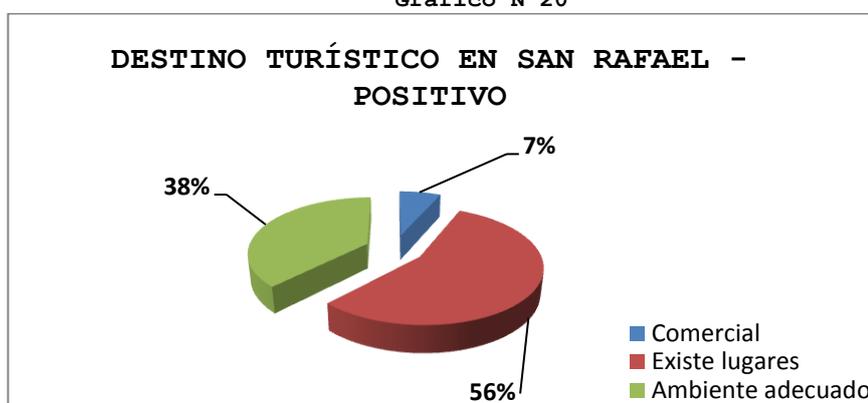


Fuente: Investigación de campo

Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Las perspectivas de la parroquia en ser un destino turístico son muy limitadas, ya que solo la mitad de los encuestados 57% ve a la parroquia como este; en su mayoría la gente adulta, por otra parte los jóvenes no lo hacen prefieren otros puntos turísticos del país.

Gráfico N°20



Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Tabla N°24
 Destino turístico en San Rafael (positivo)

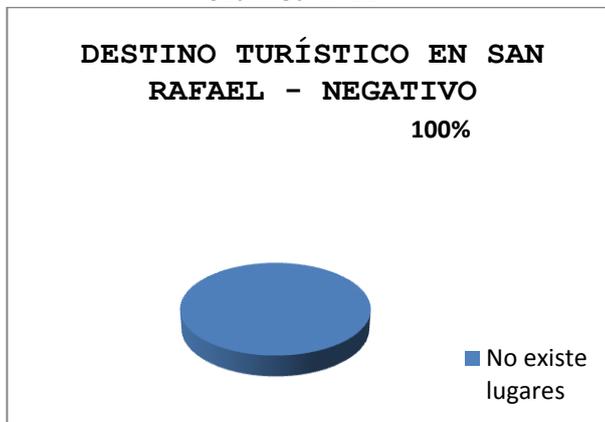
Positivo	%	f
Comercial	7%	7
Existe lugares	56%	59
Ambiente adecuado	38%	40
TOTAL	100%	106

Fuente: Investigación de campo
 Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Dentro de los límites de la parroquia que por cierto su superficie no es muy extensa, el 56% de la población cree que existen lugares o sitios turísticos que se pueden aprovechar, otro ámbito la parroquia por el cual

puede ser un punto turístico es por los atributos ecológicos y el medio ambiente que posee lo dice el 38%

Gráfico N°21



Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Tabla N°25
Destino Turístico en San Rafael (Negativo)

Negativo	%	f
No existe lugares	100%	50
TOTAL	100%	50

Fuente: Investigación de campo
Autor: Santiago Rafael Endara Campaña

Aun así la mitad de los encuestados no ve a San Rafael como destino turístico, han tomado a la parroquia más como un lugar residencial y comercial siendo el 100%.

4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Tabla N°26

Ficha de atractivos turísticos PARQUE SAN RAFAEL

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE PARQUE SAN RAFAEL	2.FICHA N° 1	3.FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Realizaciones técnico científicas y artistas contemporáneas		
5. TIPO Y SUBTIPO TIPO Obra de ingeniería SUBTIPO Parque		
6. UBICACIÓN Gral. Enríquez y Bahía de Caráquez		
7. ACCESO Terrestre	8.DESDE El Triangulo por la Gral. Enríquez	9.TIPO Y ESTADO Conservado
	Parque El Turismo, El Camal, San Pedro, Capelo, Calle Venezuela	
10. MEDIO DE ACCESO Estación la Marín autobús Los Chillos Condorvall, Marcopolo; cada 5 minutos de intervalo	11.TIEMPO Triangulo (8 min) La Marín (30 min)	
Autobus Vingala, Amaguaña, Condorval, Pintag; cada 5 minutos	La Marín (20 min)	
12. DESCRIPCIÓN Es una plaza de arquitectura moderna, donde se plasma una réplica del pintor ecuatoriano Eduardo Kingman y que hace un homenaje al agua.		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES Caminata, observación, fotografía.		
14. HORARIOS Todos los días, todo el día	15.PRECIOS Gratis	16.PROPIETARIOS
		17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input checked="" type="checkbox"/> Fin de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Feriados Largos <input checked="" type="checkbox"/> Vacaciones		

19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO
<p>22.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Comida <input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas guiadas <input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y recogida de basura <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad y mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input checked="" type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso <input checked="" type="checkbox"/> Folletos <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjetas de crédito <input type="checkbox"/> Otros 		
<p>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</p> <p>Ninguno</p>		
<p>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</p> <p>Visita al lugar, Información del GAD de Rumiñahui.</p>		
<p>25. OBSERVACIONES</p>		
<p>26. REALIZADA POR: Santiago Endara</p>	<p>27. FECHA: 11 - 09 - 2013</p>	

Tabla N°27

Ficha de atractivos turísticos CENTRO COMERCIAL SAN LUIS SHOPPING

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE CENTRO COMERCIAL SAN LUIS SHOPPING	2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Realizaciones técnico científicas y artísticas contemporáneas		
5. TIPO Y SUBTIPO TIPO Obra de ingeniería SUBTIPO Arquitectura moderna		
6. UBICACIÓN Santa Bárbara, Calle Luis Cordero		
7. ACCESO Terrestre	8. DESDE Quito (el trébol) 1 hora	9. TIPO Y ESTADO Conservado
10. MEDIO DE ACCESO Estación la Marín autobús Los Chillos Condorvall, Marcopolo; cada 5 minutos de intervalo	11. TIEMPO Triangulo (8 min) La Marín (30 min)	
Autobus Vingala, Amaguaña, Condorval, Pintag; cada 5 minutos	La Marín (20 min)	
12. DESCRIPCIÓN Es una plaza de arquitectura moderna, donde se plasma una replica del pintor ecuatoriano Eduardo Kingman y que hace un homenaje al agua.		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES Caminata, observación, fotografía.		
14. HORARIOS Todos los días 10H00 a 21H00	15. PRECIOS	16. PROPIETARIOS
		17. PERSONA CONTACTO Carmen Recalde
18. TIPO DE PÚBLICO <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input checked="" type="checkbox"/> Fin de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Feriados Largos <input checked="" type="checkbox"/> Vacaciones		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO

22. <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Comida <input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas guiadas <input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas autoguiadas <input checked="" type="checkbox"/> Señalización para llegar <input checked="" type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y recogida de basura <input checked="" type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad y mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input checked="" type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso <input checked="" type="checkbox"/> Folletos <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono público <input checked="" type="checkbox"/> Pago con tarjetas de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Ninguno	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Visita al lugar, Administración del centro comercial	
25. OBSERVACIONES	
26. REALIZADA POR: Santiago Endara	27. FECHA: 11 - 09 - 2013

Tabla N°28
Ficha de atractivos turísticos CASA MUSEO DE EDUARDO KINGMAN

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE CASA MUSEO DE EDUARDO KINGMAN	2.FICHA N° 3	3.FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Museo y manifestaciones culturales		
5. TIPO Y SUBTIPO TIPO Museo SUBTIPO Museo		
6. UBICACIÓN Dávila y Portoviejo		
7. ACCESO Terrestre	8.DESDE El triángulo por la Gral. Enríquez (1,5 Km)	9.TIPO Y ESTADO REMODELACIÓN
10. MEDIO DE ACCESO Autobús Los Chillos, Condorval, Marco Polo cada 5 minutos	11.TIEMPO Triangulo (8 min) Quito (30 min)	
Autobus Vingala, Amaguaña, Condorval, Pintag; cada 5 minutos	Parque el Turismo (20 min)	
12. DESCRIPCIÓN Se exponen las principales obras del Maestro Eduardo Kingman, así como su vivienda. La casa en que vivió el maestro Eduardo Kingman, con todo su ambiente familiar, y su creación como una notable colección de arte colonial y popular. También posee un almacén donde están a la venta reproducciones de la obra del maestro.		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES Visita y recorrido por la casa museo		
14. HORARIOS Jueves a Domingo 10H00am a 16H00pm	15.PRECIOS 4 dólares	16. PROPIETARIOS Fundación Kingman
17. PERSONA CONTACTO		
18. TIPO DE PÚBLICO <input type="checkbox"/> Semana <input checked="" type="checkbox"/> Fin de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Feriados Largos <input checked="" type="checkbox"/> Vacaciones		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20.ACTIVIDAD	21.CÓDIGO

22. <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Comida <input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> Visitas guiadas <input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas autoguiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y recogida de basura <input checked="" type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad y mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input checked="" type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso <input checked="" type="checkbox"/> Folletos <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjetas de crédito <input type="checkbox"/> Otros 	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Ninguno	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Visita al lugar, información GAD Rumiñahui	
25. OBSERVACIONES se encuentra en remodelación cerrado ya 5 meses	
26. REALIZADA POR: Santiago Endara	27. FECHA: 11 - 09 - 2013

Tabla N°29

Ficha de atractivos turísticos PARQUE LINEAL SANTA CLARA

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE Parque lineal Santa Clara	2. FICHA N° 4	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA Sitio Natural		
5. TIPO Y SUBTIPO TIPO: Camino SUBTIPO:		
6. UBICACIÓN Riberas del río Santa Clara		
7. ACCESO Terrestre	8. DESDE Gral. Enríquez Gral. Rumiñahui Sangolqui, Gral. Pintag	9. TIPO Y ESTADO Conservado
10. MEDIO DE ACCESO Se pueden llegar con los autobuses; Vingala, Condorval, Marco Polo, Turismo Amaguaña, Pintag	11. TIEMPO Desde cualquier punto (30 min)	
12. DESCRIPCIÓN Consiste en una serie de senderos que recorren a lo largo del curso del río Santa Clara, producto de una recuperación del espacio y su incorporación a las zonas recreativas y de distracción para la población local y visitantes del cantón. El recorrido se lo puede realizar en vehículo durante 15 minutos		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES Caminata, observación de aves.		
14. HORARIOS Todos los días 9h00am a 21h00pm	15. PRECIOS Entrada libre	16. PROPIETARIOS
		17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input checked="" type="checkbox"/> Fin de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Feriados Largos <input checked="" type="checkbox"/> Vacaciones		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO

22. <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Comida <input checked="" type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas guiadas <input type="checkbox"/> Talleres <input checked="" type="checkbox"/> Rutas autoguiadas <input checked="" type="checkbox"/> Señalización para llegar <input checked="" type="checkbox"/> Señalización interna <input checked="" type="checkbox"/> Limpieza y recogida de basura <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad y mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso <input checked="" type="checkbox"/> Folletos <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjetas de crédito <input type="checkbox"/> Otros	
23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA Ninguno	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS Visita al lugar, información GAD Rumiñahui	
25. OBSERVACIONES	
26. REALIZADA POR: Santiago Endara	27. FECHA: 11 - 09 - 2013

ALOJAMIENTO

Tabla N°30

Ficha de empresas de alojamiento CENTRO RECREACIONAL LA QUINTA

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO																																			
1. NOMBRE Y DIRECCION CENTRO RECREACIONAL LA QUINTA Av. General Enríquez 2473 y Portoviejo	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS																																	
4. TELÉFONO 2862567																																			
5. E-MAIL raulmartinez2255@yahoo.es																																			
6. WEB																																			
7. OPERA DESDE 2011																																			
8. TIPO Y CATEGORIA Hostería Primera																																			
9. UBICACIÓN AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>																																			
10. TIPO DE EDIFICIO EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input checked="" type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input type="checkbox"/>																																			
11. CAPACIDAD <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <thead> <tr> <th style="width: 40%;"></th> <th style="width: 20%;">CON BAÑO</th> <th style="width: 20%;">CON DUCHA</th> <th style="width: 20%;">SIN BAÑO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DOBLES</td> <td style="text-align: center;">15</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>OTRAS MÚLTIPLES</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TOTAL HABITACIONES</td> <td style="text-align: center;">30</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TOTAL CAMAS</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="4" style="text-align: center;">OTROS</td> </tr> <tr> <td>CAPACIDAD RESTAURANTES</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CAPACIDAD SALONES</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					CON BAÑO	CON DUCHA	SIN BAÑO	DOBLES	15			OTRAS MÚLTIPLES	4			TOTAL HABITACIONES	30			TOTAL CAMAS				OTROS				CAPACIDAD RESTAURANTES	2			CAPACIDAD SALONES	3		
	CON BAÑO	CON DUCHA	SIN BAÑO																																
DOBLES	15																																		
OTRAS MÚLTIPLES	4																																		
TOTAL HABITACIONES	30																																		
TOTAL CAMAS																																			
OTROS																																			
CAPACIDAD RESTAURANTES	2																																		
CAPACIDAD SALONES	3																																		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input checked="" type="checkbox"/> Vehículos / para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input checked="" type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input checked="" type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Salones para reuniones <input checked="" type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros Auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de Pago <input type="checkbox"/> Otros 																																			

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN 5 Hombres 2 Mujeres

14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input checked="" type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES 2-3 días	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA Visita	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuales) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia <input checked="" type="checkbox"/> Página Web <input checked="" type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
18. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
19. SUGERENCIA Y OBSERVACIONES (Permisos, registros y/o licencias) RUC 1710967173001 Registro 1705505618	
20. Ficha realizada por Santiago Endara	21. Fecha: 11 - 09 - 2013

Tabla N°31

Ficha de empresas de alojamiento HOLIDAY

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE Y DIRECCION HOLIDAY AV. GEENRAL ENRIQUEZ 151 LA Y VIA AL TINGO		2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 2863180			
5. E-MAIL			
6. WEB			
7. OPERA DESDE			
8. TIPO Y CATEGORIA Hostal Segunda			
9. UBICACIÓN			
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>			
10. TIPO DE EDIFICIO			
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input checked="" type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input type="checkbox"/>			
11. CAPACIDAD			
	CON BAÑO	CON DUCHA	SIN BAÑO
DOBLES			
OTRAS MÚLTIPLES			
TOTAL HABITACIONES	39		
TOTAL CAMAS	81		
OTROS			
CAPACIDAD RESTAURANTES			
CAPACIDAD SALONES			
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input checked="" type="checkbox"/> Vehículos / para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input checked="" type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input checked="" type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Salones para reuniones <input checked="" type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros Auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de Pago <input type="checkbox"/> Otros			
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN 4 Hombres 2 Mujeres			

Tabla N°32

Ficha de empresas gastronomías CAMPO VIEJO

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN CAMPO VIEJO Av. San Luis y 8va transversal	2. FICHA N° 1	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 2860145		
5. E-MAIL		
6. WEB		
7. OPERA DESDE 2008		
8. TIPO Y CATEGORÍA Fuentes de Soda Segunda Categoría		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	32 personas	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN 1 Hombre 5 Mujeres	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input checked="" type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Registro 1705506822 Permiso 1705501284001	
18. FICHA REALIZADA POR: SANTIAGO ENDARA	19. FECHA 11 - 09 - 2013

Tabla N°33

Ficha de empresas gastronomías heladería El Palio

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN HELADERIA EL PALIO Gral. Enríquez y Jipijapa	2. FICHA N° 2	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 2864339		
5. E-MAIL		
6. WEB		
7. OPERA DESDE 2011		
8. TIPO Y CATEGORÍA		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	20 personas	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN 3 personas	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input checked="" type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Permisos en proceso	
18. FICHA REALIZADA POR: SANTIAGO ENDARA	19. FECHA 11 - 09 - 2013

Tabla N°34

Ficha de empresas gastronomías HORNADOS DOÑA FABY

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN HORNADOS DOÑA FABY Gral. Enriquez	2. FICHA N° 3	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 2865657		
5. E-MAIL		
6. WEB		
7. OPERA DESDE JULIO 2013		
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE TERCERA CATEGORÍA		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	150 personas	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN 8 personas	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Registro 1705505295 Permisos 1701422592003	
18. FICHA REALIZADA POR: SANTIAGO ENDARA	19. FECHA 11 - 09 - 2013

Tabla N°35

Ficha de empresas gastronomías LA PAILA CHUGCHUCARAS

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN LA PAILA CHUGCHUCARAS Gral. Enríquez 2724 y Concordia	2. FICHA N° 4	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 2885496		
5. E-MAIL		
6. WEB		
7. OPERA DESDE 1995		
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE TERCERA CATEGORÍA		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input checked="" type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	30 personas	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

Tabla N°36

Ficha de empresas gastronomías PARRILLADAS PALERMO

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN PALERMO PARRILLADAS Gral. Enríquez 2648	2. FICHA N° 5	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 2851202		
5. E-MAIL		
6. WEB		
7. OPERA DESDE JUNIO 2013		
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE SEGUNDA CATEGORÍA		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	40 personas	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input checked="" type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input checked="" type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN 2 personas	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input checked="" type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página web <input checked="" type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Internet <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Permisos en trámite	
18. FICHA REALIZADA POR: SANTIAGO ENDARA	19. FECHA 11 - 09 - 2013

Tabla N°37

Ficha de empresas gastronomías THE COFFE CAKE

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA								
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN THE COFFE CAKE ISLA SAN CRISTOBAL Y GENERAL RUMIÑAHUI C.C. LINDA ROSE	2. FICHA N° 6	3. FICHAS ASOCIADAS						
4. TELÉFONO 2868666								
5. E-MAIL								
6. WEB								
7. OPERA DESDE 2009								
8. TIPO Y CATEGORÍA CAFETERIA SEGUNDA CATEGORIA								
9. UBICACIÓN AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>								
10. TIPO DE EDIFICIO EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>								
11. CAPACIDAD <table border="1" style="width: 100%;"> <tbody> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>20 personas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Salones</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Capacidad Restaurante	20 personas	Capacidad Salones		Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	20 personas							
Capacidad Salones								
Capacidad Terraza								
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros 								

<p>13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN</p> <p>4 Mujeres</p>	
<p>14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE</p> <p><input type="checkbox"/> Fines de Semana</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Semana</p> <p><input type="checkbox"/> Semana Santa</p> <p><input type="checkbox"/> Feriados</p> <p><input type="checkbox"/> Navidad</p> <p><input type="checkbox"/> Verano</p>	
<p>15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja</p> <p><input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles)</p> <p><input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia</p> <p><input type="checkbox"/> Página web</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Reserva con anticipación</p> <p>Reserva Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p> <p><input type="checkbox"/> Medios de transporte</p>	
<p>16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Todo el año</p> <p><input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)</p>	
<p>17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</p> <p>Registro 1705504890</p> <p>Permisos 1718011081001</p>	
<p>18. FICHA REALIZADA POR:</p> <p>SANTIAGO ENDARA</p>	<p>19. FECHA</p> <p>11 - 09 - 2013</p>

Tabla N°38

Ficha de empresas gastronomías restaurante AQUÍ ME QUEDO

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN AQUÍ ME QUEDO Alfredo Dalva 369 y Calceta	2. FICHA N° 7	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO		
5. E-MAIL		
6. WEB		
7. OPERA DESDE JULIO 2013		
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE CUARTA CATEGORÍA		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input checked="" type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	50 personas	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN	
3 Personas	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE	
<input type="checkbox"/> Fines de Semana <input checked="" type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES	
<input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input checked="" type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	
<input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES	
Permisos y registros en trámite	
18. FICHA REALIZADA POR:	19. FECHA
SANTIAGO ENDARA	11 - 09 - 2013

Tabla N°39

Ficha de empresas gastronomías restaurante MESSI DELI

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN MESSI DELI Triangulo Isla San Cristobal 532	2. FICHA N° 9	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO 3824724		
5. E-MAIL		
6. WEB www.sanduchesmessie.com		
7. OPERA DESDE MAYO 2013		
8. TIPO Y CATEGORÍA CAFETERIA SEGUNDA CATEGORIA		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante	50 personas	
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input checked="" type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input checked="" type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN	
2	Hombres
2	Mujeres
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE	
<input checked="" type="checkbox"/>	Fines de Semana
<input type="checkbox"/>	Semana
<input checked="" type="checkbox"/>	Semana Santa
<input checked="" type="checkbox"/>	Feriados
<input checked="" type="checkbox"/>	Navidad
<input type="checkbox"/>	Verano
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES	
<input checked="" type="checkbox"/>	Boca oreja
<input type="checkbox"/>	A través de operadora (cuáles)
<input checked="" type="checkbox"/>	De los hoteles y hosterías
<input checked="" type="checkbox"/>	Promoción directa propia
<input type="checkbox"/>	Página web
<input checked="" type="checkbox"/>	Reserva con anticipación
	Reserva Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Otros
<input checked="" type="checkbox"/>	Medios de transporte
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	
<input checked="" type="checkbox"/>	Todo el año
<input type="checkbox"/>	Temporal (indicar época)
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES	
Permisos y registros en trámite	
18. FICHA REALIZADA POR:	19. FECHA
SANTIAGO ENDARA	11 - 09 - 2013

Tabla N°40

Ficha de empresas gastronomías FEDERER

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA								
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN FEDERER Isla Española 183 y Av. Ilaló	2. FICHA N° 11	3. FICHAS ASOCIADAS						
4. TELÉFONO 2861364								
5. E-MAIL								
6. WEB								
7. OPERA DESDE 2012								
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE								
9. UBICACIÓN								
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>								
10. TIPO DE EDIFICIO								
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input checked="" type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input type="checkbox"/>								
11. CAPACIDAD								
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>200 - 300 personas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Salones</td> <td>2 salas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td>1 terraza</td> </tr> </tbody> </table>			Capacidad Restaurante	200 - 300 personas	Capacidad Salones	2 salas	Capacidad Terraza	1 terraza
Capacidad Restaurante	200 - 300 personas							
Capacidad Salones	2 salas							
Capacidad Terraza	1 terraza							
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS								
<input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehiculos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input checked="" type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros								

Tabla N°41

Ficha de empresas gastronomías EL VALLE COCINA ECUATORIANA

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA								
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN EL VALLE COCINA ECUATORIANA Triangulo	2. FICHA N° 12	3. FICHAS ASOCIADAS						
4. TELÉFONO 2869966								
5. E-MAIL								
6. WEB								
7. OPERA DESDE ABRIL 2013								
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE								
9. UBICACIÓN								
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>								
10. TIPO DE EDIFICIO								
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>								
11. CAPACIDAD								
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>150 personas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Salones</td> <td>1 Sala</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Capacidad Restaurante	150 personas	Capacidad Salones	1 Sala	Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	150 personas							
Capacidad Salones	1 Sala							
Capacidad Terraza								
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS								
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros								

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN

10 personas

14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE

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

15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES

- Boca oreja
- A través de operadora (cuáles)
- De los hoteles y hosterías
- Promoción directa propia
- Página web
- Reserva con anticipación
- Reserva Teléfono Internet
- Otros
- Medios de transporte

16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO

- Todo el año
- Temporal (indicar época)

17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES

Permisos y registros en regla

18. FICHA REALIZADA POR:
SANTIAGO ENDARA

19. FECHA
11 - 09 - 2013

Tabla N°42

Ficha de empresas gastronomías EL BIGOTE

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA								
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN EL BIGOTE Av Ilalo e Isla Española	2. FICHA N° 13	3. FICHAS ASOCIADAS						
4. TELÉFONO 2861384								
5. E-MAIL								
6. WEB								
7. OPERA DESDE 2012								
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE SEGUNDA CATEGORÍA								
9. UBICACIÓN								
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>								
10. TIPO DE EDIFICIO								
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>								
11. CAPACIDAD								
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>50 personas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Salones</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Capacidad Restaurante	50 personas	Capacidad Salones	1	Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	50 personas							
Capacidad Salones	1							
Capacidad Terraza								
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS								
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input checked="" type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros								

13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN 4 Personas	
14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTE <input checked="" type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. CÓMO LLEGAN SUS CLIENTES <input checked="" type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuáles) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
16. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO <input checked="" type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES Permisos y registros en regla	
18. FICHA REALIZADA POR: SANTIAGO ENDARA	19. FECHA 11 - 09 - 2013

Tabla N°43

Ficha de empresas gastronomías EL ENCOCADO

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA								
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN EL ENCOCADO Av. Gral. Rumiñahui 158	2. FICHA N° 14	3. FICHAS ASOCIADAS						
4. TELÉFONO 2865732								
5. E-MAIL								
6. WEB								
7. OPERA DESDE 2010								
8. TIPO Y CATEGORÍA RESTAURANTE SEGUNDA CATEGORÍA								
9. UBICACIÓN								
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input checked="" type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>								
10. TIPO DE EDIFICIO								
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input checked="" type="checkbox"/>								
11. CAPACIDAD								
<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Capacidad Restaurante</td> <td>250 personas</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Salones</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Capacidad Terraza</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Capacidad Restaurante	250 personas	Capacidad Salones	2	Capacidad Terraza	
Capacidad Restaurante	250 personas							
Capacidad Salones	2							
Capacidad Terraza								
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS								
<input checked="" type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input checked="" type="checkbox"/> Bar <input checked="" type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input checked="" type="checkbox"/> Estacionamiento <input checked="" type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input checked="" type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input checked="" type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input checked="" type="checkbox"/> Salones para reuniones <input checked="" type="checkbox"/> Juegos para niños <input checked="" type="checkbox"/> Primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros								

Tabla N°44

Ficha de Núcleo de Población

FICHA DE NÚCLEO DE POBLACIÓN			
1. LOCALIDAD PARROQUIA DE SAN RAFAEL		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS
4. ACCESOS - Pista Rumiñahui Vía Quito-Sangolqui - Loma de Puengasí (antigua vía)			
5. DESDE - Playón la Marín	6. TIPO DE VIA Y ESTADO - Segundo orden (Buen estado) - Tercer orden (Buen estado)	7. TIEMPO Y TIPO DE TRANSP. - 45 min Bus público - 60 min Bus público.	
8. BREVE DESCRIPCIÓN Parroquia urbana de la cabecera cantonal Sangolquí conformada por las parroquias urbanas San Rafael, San Pedro de Taboada y la parroquia Matriz Sangolquí de acuerdo al Registro Oficial N° 838 del 23 de Diciembre de 1987. La parroquia de San Rafael actualmente consta con una extensión de 2.240 Km Su temperatura media anual de 15.45°C, y una altitud de (2.509 m.s.n.m). <u>Sus límites:</u> Norte: Distrito Metropolitano de Quito. Sur este: Parroquia Sangolquí. Sur oeste: Parroquia San Pedro de Taboada. Con un número de 6699 de habitantes.			
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS			
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	NOMBRE DEL RECURSO
RECURSOS CULTURALES	Obra de ingeniería	Parque	Parque San Rafael
RECURSOS CULTURALES	Museo	Museo	Casa museo Eduardo Kingman
RECURSOS CULTURAL	Obra de ingeniería	Arquitectura Moderna	Centro comercial San Luis Shopping
RECURSOS NATURALES	Sendero	Parque lineal	Parque lineal Santa Clara
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES			
<input checked="" type="checkbox"/> Transporte Público <input checked="" type="checkbox"/> Gasolineras <input checked="" type="checkbox"/> Teléfono público <input checked="" type="checkbox"/> Oficina Bancaria <input checked="" type="checkbox"/> Cajero <input checked="" type="checkbox"/> Centro de Salud <input checked="" type="checkbox"/> Primeros Auxilios <input checked="" type="checkbox"/> Farmacia <input checked="" type="checkbox"/> Seguridad <input checked="" type="checkbox"/> Centros escolar		<input checked="" type="checkbox"/> Centros culturales <input checked="" type="checkbox"/> Centros deportivos <input checked="" type="checkbox"/> Espacios recreativos <input checked="" type="checkbox"/> Otros	

11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIO PARA EL TURISMO		
EQUIPAMIENTO PARA:	CATEGORÍA	N° ESTABLECIMIENTOS
ALOJAMIENTO	Hostería y Hostal de I, II	2
RESTAURANTES	Restaurantes, bares, Cafeterías II,III, IV	12
OTROS LUGARES DE COMIDA		
EMPRESAS DE ACTIVIDADES RECREATIVAS		
EMPRESAS RECEPTIVO		
OTROS		

12. OFICINA ITUR MÁS PRÓXIMA Municipio Sangolquí	HORARIOS 9:00 a 17:00
---	-----------------------

13. PRINCIPALES PROBLEMAS <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Accesos <input checked="" type="checkbox"/> Información <input type="checkbox"/> Conservación Urbana <input type="checkbox"/> Saneamiento <input checked="" type="checkbox"/> Circulación <input type="checkbox"/> Limpieza y recogida de Basura <input type="checkbox"/> Seguridad <input type="checkbox"/> Otros

14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS www.rumiñahui.gob.ec
--

15. REALIZADO POR: Santiago Endara	FECHA: 6-9-2013
--	------------------------

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Tabla N°45

ATRACTIVO: PARQUE SAN RAFAEL

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	7
	VALOR EXTRINSECO	7
	ENTORNO	5
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	7
APOYO	ACCESO	5
	SERVICIOS	3
	ASOCIACION CON OTROS	
	ATRACTIVOS	3
SIGNIFICADO	LOCAL	1
	PROVINCIAL	2
	NACIONAL	5
	INTERNACIONAL	7
TOTAL		49
JERARQUIA		II

Tabla N°46

ATRACTIVO: CENTRO COMERCIAL SAN LUIS SHOOPING

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	8
	VALOR EXTRINSECO	8
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	9
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	7
	ASOCIACION CON OTROS	
	ATRACTIVOS	2
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	3
	NACIONAL	4
	INTERNACIONAL	3
TOTAL		59
JERARQUIA		III

Tabla N° 47

ATRACTIVO: CASA MUSEO EDUARDO KINGMAN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	8
	VALOR EXTRINSECO	8
	ENTORNO	7
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	5
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	6
	ASOCIACION CON OTROS	
	ATRATIVOS	2
SIGNIFICADO	LOCAL	1
	PROVINCIAL	2
	NACIONAL	3
	INTERNACIONAL	2
	TOTAL	50
	JERARQUIA	II

Tabla N° 48

ATRACTIVO: PARQUE LINEAL SANTA CLARA

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	9
	VALOR EXTRINSECO	7
	ENTORNO	6
	ESTADO DE CONSERVACIÓN	5
APOYO	ACCESO	6
	SERVICIOS	7
	ASOCIACION CON OTROS	
	ATRATIVOS	1
SIGNIFICADO	LOCAL	2
	PROVINCIAL	3
	NACIONAL	2
	INTERNACIONAL	2
	TOTAL	50
	JERARQUIA	II

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

1.- ¿CUAL ES SU CARGO EN EL GAD?

Director de turismo

2.- ¿SEGÚN SU CRITERIO CUAL ES EL APORTE TURÍSTICO DE LA PARROQUIA EN EL MERCADO TURÍSTICO NACIONAL?

La parroquia tiene algunos atractivos urbanos como: el centro comercial San Luis, porque vienen de toda la provincia, alrededor de unas cinco mil persona en toda la semana llegan a este punto; además el museo kingman, iglesia Señor de los Puentes, el parque de San Rafael, el Boulevard Santa Clara, el gobierno realiza exhibiciones de muestras artísticas, tiene gran actividad gastronómica, con variedad típica e internacional

3.- ¿TIENE CONOCIMIENTO DE ALGUN LUGAR TURÍSTICO DE LA PARROQUIA?

No tengo conocimiento porque normalmente, cuando se presenta, un recurso natural y no se ha encontrado un futuro turístico para invertir o no hay, o no tiene características para ser explotado no se realizan proyectos.

4.- ¿QUE DESEMBOVIMIENTO TIENEN LAS AUTORIDADES O CORRESPONDIENTES EN EL AMBITO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA?

El alcalde contribuye en el desarrollo de la infraestructura vial, ha cambiado nuevas avenidas, puentes, y regeneración de parques en especial lineales.

5.- ¿CONOCE USTED LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA?

El turismo receptivo está bien, hay que mejorar en la hospitalidad, no es malo pero puede ser mejor, la cultura del turismo le hacemos todos.

6.- ¿DE QUE FORMA CREE USTED QUE TENDRIA UN MAYOR DESARROLLO TURÍSTICO LA PARROQUIA?

La parroquia puede mejorar turísticamente realizando inversiones en el ámbito de la planta turística y manteniendo espacios verdes como parques lineales manteniendo una relación cultural con exhibiciones, desfiles y festividades de la parroquia.

7.- ¿CUALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS CREE USTED QUE MAS AFLUENCIA TIENEN?

De primer plano está el centro comercial San Luis shopping además el parque San Rafael que es una expresión cultural del maestro Eduardo Kingman.

8.- ¿CREE USTED QUE LA PARROQUIA TIENE LA SUFICIENTE PLANTA TURISTICA PARA SATISFACER AL CLIENTE?

Cuando los turistas visitan el Cantón Rumiñahui principalmente entran por San Rafael, se está haciendo señaléticas desde el puente farina, se ha realizado estudios para reforzar la planta turística ya que no se ha desarrollado alojamiento.

9.- ¿CREE QUE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA ES DE FACIL ACCESO PARA EL TURISTA?

En el plan de desarrollo del Cantón Rumiñahui se toma en cuenta los atractivos turísticos de la parroquia en forma de propaganda y publicidad turística para el libre acceso.

10.- ¿FACILITARIA REALIZAR UN INVENTARIO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA PARA TENER MAYOR ACCESIBILIDAD A ESTOS?

Todo lo que sea en beneficio para el desarrollo de la Parroquia es aceptado e inclusive las alianzas en instituciones; la información que se obtiene en los inventarios turísticos es fundamental para tener una visión a futuro.

4.3. CONCLUSIONES

Los esfuerzos realizados en esta investigación han llegado a las siguientes conclusiones.

- * La Parroquia de San Rafael al ser una Parroquia urbana no tiene una información independiente especialmente turística, siempre está ligada a otra Parroquia en este caso la Parroquia de San Pedro de Taboada ya que se encuentran geográficamente juntas y por tradición de los pobladores la información de estas Parroquias son generales.

- * Los pobladores no tienen un conocimiento bien definido de sus límites geopolíticos, de la parroquia a causa de la mala información de los gobiernos.

- * La información de atractivos turísticos impartida por los pobladores es errónea ya que la mayoría de los pobladores no tienen un conocimiento completo de los atractivos.

- * Los turistas que están de paso tienen dificultad de un alcance o acceso de información y señalética turística en la cual se puedan guiar.

- * En el aspecto legal de los sitios de comida nuevos todavía no han sido registrados en el GAD de Rumiñahui y no han sido categorizados.

- * Los atractivos turísticos son escasos, la población supo expresarse que necesitan mayor diversidad en atractivos o actividades turísticas.

- * El porcentaje de visitantes a San Rafael ha sido gracias a que la parroquia se encuentra en las puertas del Cantón Rumiñahui, convirtiéndose en una ciudad de paso.

- * Los habitantes y microempresarios desean convertir a la parroquia en un punto turístico.

4.4. RECOMENDACIONES

Al haber estudiado las conclusiones expuestas, se han establecido unas recomendaciones que favorecen a la población y al diagnóstico turístico de la parroquia.

- La información de esta investigación debería ser usada por las autoridades competentes en el área turística y para que sea independiente a las otras parroquias para obtener mayor realce de la parroquia.
- Informar por medio de material visual para que la población observe, entienda, visite, todos los lugares que comprende la parroquia por medio de mapas delimitando su territorio.
- El gobierno sectorial debería tomar en cuenta que tan informada está la población acerca de su planta turística, para que tome acción en informar, así los turistas tendrán mejor atención por parte de la población.
- Siendo una ciudad de paso turístico o de recarga, la ciudad necesita un punto de información turística donde impartan conocimiento acerca de la planta

turística incluyendo los servicios de apoyo necesarios para el visitante, además de implantar un proyecto por parte del GAD colocando señalética en las calles y puntos estratégicos.

- » Este inventario debería ser utilizado por parte del GAD, para tener una mayor visión de todos los locales de comida que no están en regla para su categorización, y la inclusión en un registro turístico.
- » Se recomienda llevar a cabo proyectos de desarrollo turístico para el aumento de atractivos turísticos y actividades que la población pueda aprovechar.
- » Aprovechar el porcentaje de personas que visitan la ciudad para la propagación de turistas con destino a la parroquia de San Rafael, con una atención genuina y amable por parte de la oferta turística, realizando capacitaciones y talleres donde los partícipes obtengan una capacitación de cómo tratar y mantener su sitio turístico.

REFERENCIAS

- Aguinaga, C., Barahona, V., Castro, M., Criollo, C., Chias, J., Estrela, M., & otros, y. (2005). *Una interpretación mesoeconómica del turismo en Ecuador*. Quito.
- Ávila, M. E. (2009). *Transporte terrestre turístico*. México: Trillas.
- Carrión, J. M., Ortiz Crespo, G., Miño Grijalva, W., Pazos Barrera, J., Ortiz Crespo, A., & Ortiz de los Reyes, M. C. (2012). *Memorias históricas del Cantón Rumiñahui*. Quito: Alfonso Crespo.
- Castro, R. Q. (2007). *Elementos del turismo*. San José, Costa Rica: Universidad estatal a distancia.
- Cruz, L. C. (1983). *Mapa bioclimático y ecológico del Ecuador*. Quito.
- Deffis, A. C. (2000). *Ecoturismo*. Bogotá: Arbol.
- Di-Bella, M. G. (2006). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Fernández, C., & Blanco, A. (1999). *Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes*. Madrid: Síntesis.
- Flores, L. G., & Negrete Jacome, I. (2012). *Aves del Cantón Rumiñahui*. QUITO.
- Jafar, J. (2000). *Enciclopedia del turismo*. Madrid: Síntesis, S.A.
- Rumiñahui, G. C. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Quito.
- Tovar, R. I. (2000). *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Madrid: Síntesis S.A.

APÉNDICE

Apéndice A



ENCUESTA

Le solicito muy comedidamente llenar este cuestionario de preguntas, para realizar una investigación con fines académicos, sobre la potencialidad turística de la parroquia de San Rafael; su colaboración generará datos e información muy preciada.

INFORMACIÓN GENERAL

Sexo:

Masculino

Femenino

Edad:

Menor de edad

28 a 38 años

18 a 28 años

mayor de 38 años

1.- ¿Qué tiempo vive en la parroquia?

a. Menor a 3 meses

b. Más de 1 año

c. Más de 10 años

d. Siempre

2.- ¿Qué tipo de transporte existe en San Rafael?

a. Público

b. Privado

c. Ninguno

3.- ¿Qué servicios básicos posee la parroquia de San Rafael?

Luz Internet

Agua Teléfono

Alcantarillado

Otros Cuál?.....

4.- ¿Realiza turismo en su tiempo libre dentro de la parroquia de San Rafael?

Si No

Dónde?.....

5.- ¿Cree que en la Parroquia exista suficiente información Turística?

Si No

Por qué?.....

6.- ¿Tiene conocimiento de algún atractivo turístico?

Sí No

Si su respuesta fue SI especifique,

cuáles?.....

.....

7.- **¿Cómo considera la Planta Turística de San Rafael?**

. *Restaurantes*

Muy buena Regular Mala
Pésima

. *Atractivos Turísticos*

Muy buena Regular Mala
Pésima

. *Hotelería*

Muy buena Regular Mala
Pésima

8.- **¿Qué actividades recreacionales considera usted que se pueden practicar en San Rafael?**

Cabalgatas Deportes de aventura
Camping Turismo Ecológico
Turismo comunitario Otros:.....

9.- **¿Qué falta para que la parroquia de San Rafael se desarrolle turísticamente?**

.....
.....

10.- **¿Cree usted que la Parroquia de San Rafael es un destino turístico?**

Sí No

Porque?

.....

¡MUCHAS GRACIAS!

Apéndice B

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

- 1.- ¿CUAL ES SU CARGO EN EL GAD?
- 2.- ¿SEGÚN SU CRITERIO CUAL ES EL APORTE TURÍSTICO DE LA PARROQUIA EN EL MERCADO TURÍSTICO NACIONAL?
- 3.- ¿TIENE CONOCIMIENTO DE ALGUN LUGAR TURÍSTICO DE LA PARROQUIA?
- 4.- ¿QUE DESEMBOVIMIENTO TIENEN LAS AUTORIDADES O CORRESPONDIENTES EN EL AMBITO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA?
- 5.- ¿CONOCE USTED LOS DIFERENTES ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE POSEE LA PARROQUIA?
- 6.- ¿DE QUE FORMA CREE USTED QUE TENDRIA UN MAYOR DESARROLLO TURÍSTICO LA PARROQUIA?
- 7.- ¿CUALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS CREE USTED QUE MAS AFLUENCIA TIENEN?
- 8.- ¿CREE USTED QUE LA PARROQUIA TIENE LA SUFICIENTE PLANTA TURISTICA PARA SATISFACER AL CLIENTE?
- 9.- ¿CREE QUE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA ES DE FACIL ACCESO PARA EL TURISTA?
- 10.- ¿FACILITARIA REALIZAR UN INVENTARIO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA PARA TENER MAYOR ACCESIBILIDAD A ESTOS?

Apéndice C

Parque Lineal Santa Clara



Autor: Santiago Endara

Apéndice D Parque Lineal Santa Clara



Autor: Santiago Endara

Apéndice E Sector el Triángulo



Autor: Santiago Endara

Apéndice E Sector el Triángulo



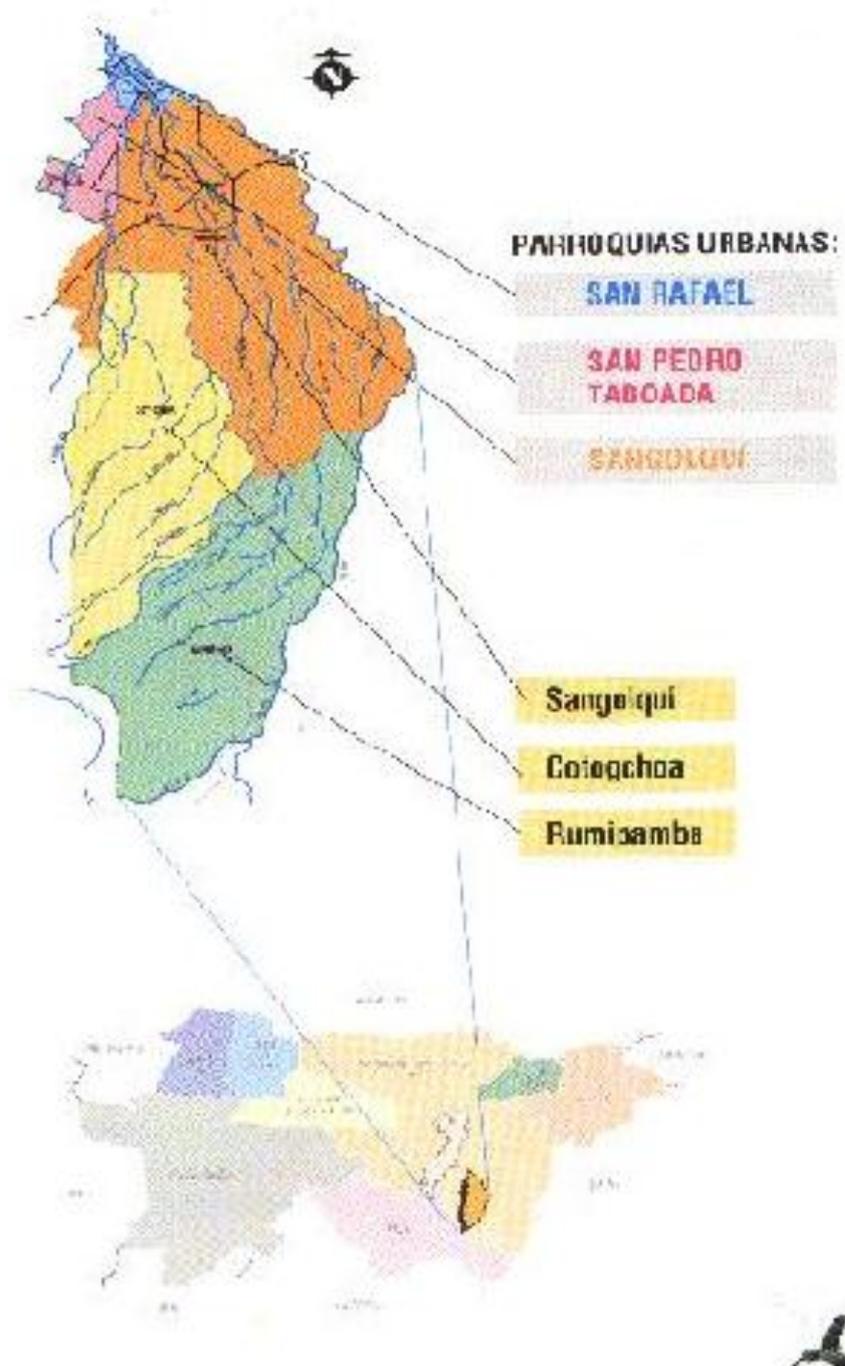
Autor: Santiago Endara

ANEXOS

Anexo n: 1 Medios de transporte local

TRANSPORTE	SERVICIO	RECORRIDO	PRECIO	TELEFONO
VINGALA	ESPECIAL	SELVA ALEGRE - UNIVERSIDAD CATOLICA	\$0.45	02 2 870-722
		SELVA ALEGRE - TREBOL	\$0.40	
		SELVA ALEGRE - TRIANGULO	\$0.20	
CONDORVALL	ESPECIAL	INCHALILLO - LA MARIN	\$0.40	02 2 333-118
		MUSHUÑAN - SANGOLQUI	\$0.25	
		LOS TUBOS - QUITO	\$0.50	
		SAN ANTONIO - SANGOLQUI	\$0.50	
		MUSHUÑAN - EL GIRON	\$0.40	
TURISMO	ESPECIAL	LA VICTORIA - QUITO	\$0.40	02 2 331-049
		BALVINAS - QUITO	\$0.40	
CALSIGEXPRESS	POPULAR Y ESPECIAL	EL IASA - EL TRIANGULO	\$0.40	
		PATAHUA - SANGOLQUI	\$0.30	
		RUMIPAMBA - SANGOLQUI	\$0.60	
FIN DE SEMANA sale 8:30 y regresa 16:00		MOLINUCA - SANGOLQUI	\$1.00	02 2 337-872
FIN DE SEMANA cada 1/2 hora		LORETO - EL CABRE	\$0.22	
LOS CHILLOS	POPULAR Y ESPECIAL	EL MANZANO - LA MARIN	\$0.50	02 2 334-800
		SANTA ISABEL - LA MARIN	\$0.50	
		SELVA ALEGRE - LA MARIN	\$0.40	
CAPELO	POPULAR	FAJARDO - MIRANDA	\$0.18	02 2 331-952
		MIRANDA - SANGOLQUI	\$0.18	
		SANGOLQUI - SANTA TERESA	\$0.30	
MARCO POLO	POPULAR Y ESPECIAL	LORETO - QUITO	\$0.50	02-2 331-488
		CASHAPAMBA - QUITO	\$0.40	
		JATUPUNGO - QUITO	\$0.50	
		QUITO - SANGOLQUI	\$0.35	
		QUITO - SELVA ALEGRE	\$0.45	

Anexo n: 2 Ubicación geográfica de la Parroquia San Rafael.



VÍAS DE ACCESO



Anexo n: 4 Ficha de categorización de atractivos turísticos.

FICHA DE ATRACTIVOS		
1. NOMBRE	2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS
4. CATEGORÍA		
5. TIPO Y SUBTIPO TIPO SUBTIPO		
6. UBICACIÓN		
7. ACCESO	8. DESDE	9. TIPO Y ESTADO
10. MEDIO DE ACCESO	11. TIEMPO	
12. DESCRIPCIÓN		
13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS / RECREATIVAS ACTUALES		
14. HORARIOS	15. PRECIOS	16. PROPIETARIOS
		17. PERSONA CONTACTO
18. TIPO DE PÚBLICO <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Fin de Semana <input type="checkbox"/> Feriados Largos <input type="checkbox"/> Vacaciones		
19. EMPRESAS QUE OPERAN	20. ACTIVIDAD	21. CÓDIGO
22. <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Comida <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Visitas guiadas <input type="checkbox"/> Talleres <input type="checkbox"/> Rutas auto guiadas <input type="checkbox"/> Señalización para llegar <input type="checkbox"/> Señalización interna <input type="checkbox"/> Limpieza y recogida de basura <input type="checkbox"/> Servicios higiénicos <input type="checkbox"/> Seguridad y mantenimiento <input type="checkbox"/> Alquiler de material para realizar actividades <input type="checkbox"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso <input type="checkbox"/> Folletos <input type="checkbox"/> Teléfono público <input type="checkbox"/> Pago con tarjetas de crédito <input type="checkbox"/> Otros		

23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA	
24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS	
25. OBSERVACIONES	
26. REALIZADA POR:	27. FECHA:

Anexo n: 5 Ficha de categorización de empresas de gastronomía.

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO		
5. E-MAIL		
6. WEB		
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA		
9. UBICACIÓN		
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>		
10. TIPO DE EDIFICIO		
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input type="checkbox"/>		
11. CAPACIDAD		
Capacidad Restaurante		
Capacidad Salones		
Capacidad Terraza		
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades Locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos/ para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Actividades para clientes subcontratados a otras empresas <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros auxilios <input type="checkbox"/> Formas de pago <input type="checkbox"/> Otros		

Anexo n: 6 Ficha de categorización de empresas de alojamiento.

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
1. NOMBRE Y DIRECCION	2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS	
4. TELÉFONO			
5. E-MAIL			
6. WEB			
7. OPERA DESDE			
8. TIPO Y CATEGORIA			
9. UBICACIÓN			
AISLADO <input type="checkbox"/> NÚCLEO POBLACIONAL <input type="checkbox"/> CARRETERA <input type="checkbox"/>			
10. TIPO DE EDIFICIO			
EDIFICIO HISTÓRICO <input type="checkbox"/> EDIFICIO TRADICIONAL <input type="checkbox"/> EDIFICIO MODERNO <input type="checkbox"/>			
11. CAPACIDAD			
	CON BAÑO	CON DUCHA	SIN BAÑO
DOBLES			
OTRAS MÚLTIPLES			
TOTAL HABITACIONES			
TOTAL CAMAS			
OTROS			
CAPACIDAD RESTAURANTES			
CAPACIDAD SALONES			
12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
<input type="checkbox"/> Restaurante con especialidades locales <input type="checkbox"/> Restaurante cocina internacional <input type="checkbox"/> Bar <input type="checkbox"/> Comida para llevar <input type="checkbox"/> Vehículos / para el traslado de pasajeros <input type="checkbox"/> Estacionamiento <input type="checkbox"/> Jardines/ terrazas para uso de clientes <input type="checkbox"/> Actividades recreativas para clientes con medios propios <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Salones para reuniones <input type="checkbox"/> Juegos para niños <input type="checkbox"/> Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> Formas de Pago <input type="checkbox"/> Otros			
13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN			

14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE	
<input type="checkbox"/> Fines de Semana <input type="checkbox"/> Semana <input type="checkbox"/> Semana Santa <input type="checkbox"/> Feriados <input type="checkbox"/> Navidad <input type="checkbox"/> Verano	
15. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES	
16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA	
17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES	
<input type="checkbox"/> Boca oreja <input type="checkbox"/> A través de operadora (cuales) <input type="checkbox"/> De los hoteles y hosterías <input type="checkbox"/> Promoción directa propia <input type="checkbox"/> Página Web <input type="checkbox"/> Reserva con anticipación Reserva Teléfono <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Medios de transporte	
18. PERÍODO DE FUNCIONAMIENTO	
<input type="checkbox"/> Todo el año <input type="checkbox"/> Temporal (indicar época)	
19. SUGERENCIA Y OBSERVACIONES	
20. Ficha realizada por	21. Fecha

Anexo n: 7 Ficha de núcleo poblacional

FICHA DE NÚCLEO DE POBLACIÓN			
1. LOCALIDAD		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS
4. ACCESOS			
5. DESDE	6. TIPO DE VIA Y ESTADO	7. TIEMPO Y TIPO DE TRANSP.	
8. BREVE DESCRIPCIÓN			
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS			
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	NOMBRE DEL RECURSO
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES			
<input type="checkbox"/>	Transporte Público	<input type="checkbox"/>	Centros culturales
<input type="checkbox"/>	Gasolineras	<input type="checkbox"/>	Centros deportivos
<input type="checkbox"/>	Teléfono público	<input type="checkbox"/>	Espacios recreativos
<input type="checkbox"/>	Oficina Bancaria	<input type="checkbox"/>	Otros
<input type="checkbox"/>	Cajero		
<input type="checkbox"/>	Centro de Salud		
<input type="checkbox"/>	Primeros Auxilios		
<input type="checkbox"/>	Farmacia		
<input type="checkbox"/>	Seguridad		
<input type="checkbox"/>	Centros escolar		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIO PARA EL TURISMO			
EQUIPAMIENTO PARA:	CATEGORÍA	N° ESTABLECIMIENTOS	
ALOJAMIENTO			
RESTAURANTES			
OTROS LUGARES DE COMIDA			
EMPRESAS DE ACTIVIDADES RECREATIVAS			
EMPRESAS RECEPTIVO			
OTROS			
12. OFICINA ITUR MÁS PRÓXIMA		HORARIOS	
13. PRINCIPALES PROBLEMAS			
<input type="checkbox"/>	Señalización		
<input type="checkbox"/>	Accesos		
<input type="checkbox"/>	Información		
<input type="checkbox"/>	Conservación Urbana		
<input type="checkbox"/>	Saneamiento		
<input type="checkbox"/>	Circulación		
<input type="checkbox"/>	Limpieza y recogida de Basura		
<input type="checkbox"/>	Seguridad		
<input type="checkbox"/>	Otros		

14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS	
15. REALIZADO POR:	FECHA: