



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO  
Y HOTELERÍA

CARRERA: Guía Nacional de Turismo

TEMA: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y  
PUBLICIDAD DE LA PARROQUIA DE ALOASÍ  
CANTÓN MEJÍA PROVINCIA DE PICHINCHA PARA SU  
PUESTA EN VALOR TURÍSTICO.

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

AUTOR: Fernando Mauricio Gualoto Alvarez

DIRECTOR: Ing. Miguel Yuctor

Quito – Ecuador

2014

## **DEDICATORIA**

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

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

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a ese ser omnipotente que me ha permitido estar aquí, a mi familia por su apoyo incondicional y su comprensión, a mis padres por la educación y esfuerzos que han hecho para convertirme en el hombre que soy, mis amigos que han sido un pilar fundamental en el apoyo físico y moral, y a todas las personas que han hecho posible la elaboración de este trabajo, así mismo a mi tutor el guía durante este periodo de trabajo del cuál he aprendido mucho no solo en la parte técnica sino en lo humano, gracias a ellos por convertirme en un ser productivo para la sociedad.

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo, Fernando Mauricio Gualoto Alvarez declaro de forma verbal y escrita que el presente trabajo de grado con tema: Estrategias de promoción y publicidad de la parroquia de Aloasí, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha para su puesta en valor turístico, es de mi estricta autoría y autenticidad.

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

Atentamente

---

Fernando Gualoto

Quito, Octubre 2014

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS**

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. Miguel Yuctor Alvarez por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y el Sr. Fernando Mauricio Gualoto Alvarez por sus propios derechos, en calidad de autor(a) del trabajo de fin de carrera.

### **SEGUNDO:**

**UNO;** Fernando Mauricio Gualoto Alvarez, realizó el trabajo de fin de carrera titulado Guía Nacional de Turismo, para obtener el título de Técnico en Guía Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico Superior de Turismo y Hotelería “ITHI”, bajo la tutoría de Ing. Miguel Yuctor Alvarez.

**DOS:** Es política del Instituto Tecnológico Superior de Turismo y Hotelería “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 Superior de Turismo y Hotelería “ITHI”.

**TERCERO:** Comparecen, Ing. Miguel Yuctor Alvarez, en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y Fernando Mauricio Gualoto Alvarez, como autor(a) 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: Estrategias de promoción y publicidad de la parroquia de Aloasí, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha para

su puesta en valor turístico; y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico Superior de Turismo y Hotelería “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.

---

Ing. Miguel Yuctor Alvarez

---

Fernando Gualoto Alvarez

Ing. Miguel Yuctor Alvarez

**TUTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO**

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

---

Ing Miguel Yuctor Alvarez

Quito, Octubre 2014

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	v
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN.....	18
INTRODUCCIÓN .....	19
I. EL PROBLEMA.....	20
1.1 Identificación del problema.....	20
1.2 Formulación del problema.....	22
1.3 Objetivos.....	23
1.3.1 General.....	23
1.3.2 Específicos.....	23
1.4 Justificación y relevancia social .....	23
II. MARCO TEÓRICO .....	25
2.1 Fundamentación teórica.....	25
2.2 Estructura del marco teórico.....	27
CAPITULO I DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO .....	27



1.1	Ubicación.....	27
1.1.1	Político – Administrativo .....	27
1.1.2	Zona de Planificación SENPLADES .....	28
1.1.3	Región natural .....	28
1.2	Población .....	29
1.2.1	Total población de hombres y mujeres.....	29
1.3	Clima .....	30
1.3.1	Piso climático .....	30
1.3.2	Temperaturas promedio.....	30
1.4	Hidrografía.....	30
1.4.1	Cuerpos hídricos y micro cuencas .....	30
1.5	Zonas de vida.....	31
1.5.1	Flora.....	31
1.5.2	Fauna .....	35
CAPITULO 2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ENTORNO .....		38
2.1	Aspecto económico.....	38
2.1.1	Actividad productiva de la parroquia de Aloasí .....	38
2.2	Aspecto social y cultural.....	39
2.2.1	Hitos históricos importantes .....	39
2.2.2	Identidad cultural .....	39
2.2.3	Migración de la población .....	40
2.2.4	Grupos étnicos .....	41
2.3	Aspecto ambiental .....	42
2.3.1	Problemática de contaminación.....	42

2.3.2	Proyectos de recuperación ambiental .....	43
CAPITULO 3 DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO .....		45
3.1	Superestructura turística .....	45
3.1.1	Ministerio de turismo .....	45
3.2	Infraestructura turística.....	47
3.2.1	Servicio de energía .....	47
3.2.2	Servicio de agua.....	48
3.2.3	Servicio de transporte externo e interno .....	50
3.2.4	Vialidad .....	50
3.2.5	Comunicación.....	52
3.3	Planta turística .....	53
3.3.1	Alojamiento .....	54
3.3.2	Transporte.....	55
3.3.3	Alimentación .....	55
3.3.4	Operación turística.....	56
3.3.5	Demanda y oferta turística.....	57
3.3.6	Atractivos turísticos.....	59
III. METODOLOGÍA .....		62
3.1	Tipo y diseño de la investigación .....	62
3.2	Universo y muestra.....	62
3.3	Instrumento de recolección de datos .....	63
3.4	Descripción del trabajo de campo .....	64
3.5	Procesamiento y análisis de datos .....	64
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....		65

4.1	Presentación gráfica de resultados.....	65
4.1.1	Tabulación de las encuestas.....	65
4.2	Análisis e interpretación de resultados .....	85
4.2.1	Levantamiento de fichas .....	85
4.2.2	Ficha de núcleo poblacional .....	85
4.2.3	Fichas de atractivos .....	87
4.2.4	Fichas de alojamiento .....	103
4.2.5	Fichas de gastronomía .....	111
4.2.6	Análisis e interpretación de las entrevistas.....	114
4.3	Conclusiones.....	123
4.4	Recomendaciones .....	124
V.	PROPUESTA.....	126
5.1	Título de la propuesta .....	126
5.2	Justificación .....	126
5.3	Impacto .....	127
5.4	Objetivos.....	127
5.4.1	Objetivo general .....	127
5.4.2	Objetivos específicos .....	127
5.5	Ubicación sectorial y física .....	128
5.6	Viabilidad .....	128
5.7	Plan de ejecución .....	129
5.7.1	Análisis externo .....	129
5.7.2	Análisis PEST.....	129
5.7.3	Análisis de mercado.....	130

5.7.4	Análisis del entorno competitivo.....	135
5.7.5	Análisis interno.....	136
5.7.6	Auditoría de los canales de comunicación .....	136
5.7.7	Matriz FODA.....	137
5.7.8	Estrategias y tácticas de marketing online.....	138
5.7.9	Presupuesto.....	140
5.7.10	Presentación de la publicidad online .....	141
5.7.11	Presentación de la publicidad física .....	142
	REFERENCIAS.....	143
	APÉNDICE A ESQUEMA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	147
	APENDICE B MODELO DE ENCUESTA .....	148
	APENDICE C MODELO DE ENTREVISTA .....	150
	ANEXO 1 MODELOS DE FICHAS.....	152
	ANEXO 2 MATERIAL FOTOGRÁFICO .....	157

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Población de Aloasí.....	29
Tabla N°2 Temperatura Promedio de Aloasí.....	30
Tabla N°3 Flora existente en la Parroquia de Aloasí y su uso.....	31
Tabla N°4 Fauna existente en la Parroquia de Aloasí.....	35
Tabla N° 5 Actividades Productivas .....	38
Tabla N° 6 Hitos Históricos de Aloasí.....	39
Tabla N° 7 Motivos del viaje y lugar de destino.....	40
Tabla N° 8 Género del migrante .....	41
Tabla N° 9 Auto identificación según su cultura y costumbres.....	41
Tabla N° 10 Proyectos que se ejecutan en la Parroquia Aloasí .....	44
Tabla N° 11 Cobertura de Servicio de Energía Eléctrica.....	47
Tabla N° 12 Cobertura de Servicio de Agua.....	48
Tabla N° 13 Abastecimiento de Agua.....	49
Tabla N° 14 Cobertura Telefónica .....	52
Tabla N° 15 Cobertura Telefónica, Internet y Equipamiento .....	52
Tabla N° 16 Clasificación de los lugares de Alimentación .....	55
Tabla N° 17 Jerarquización de los Atractivos Turísticos.....	60
Tabla N°18 Jerarquización de los atractivos.....	113
Tabla N°19 Frecuencia de edad .....	65
Tabla N°20 Frecuencia de género .....	66
Tabla N°21 Frecuencia de ocupación .....	67
Tabla N°22 Frecuencia de nivel de educación.....	68

Tabla N°23 Personas que conocen lo que involucra el turismo.....	69
Tabla N°24 Personas que practican o realizan turismo.....	70
Tabla N°25 Personas que practican turismo fuera o dentro de la parroquia .....	70
Tabla N°26 Lugares de turismo a visitar fuera de la parroquia .....	71
Tabla N°27 Atractivos turísticos de Aloasí.....	72
Tabla N°28 Recomendaría visitar los atractivos .....	73
Tabla N°29 Estado de los atractivos turísticos.....	74
Tabla N°30 Implementación para la visita a los atractivos.....	75
Tabla N°31 Estado del Alojamiento .....	76
Tabla N°32 Estado de lugares de alimentación .....	77
Tabla N°33 Estado del transporte .....	77
Tabla N°34 Estado de actividades complementarias .....	78
Tabla N°35 Ayuda del Gobierno .....	80
Tabla N°36 Forma de ayuda del Gobierno .....	80
Tabla N°37 Material promocional de la parroquia .....	82
Tabla N°38 Tipos de material promocional existente.....	83
Tabla N°39 Forma ideal de publicidad .....	84
Tabla N°40 Matriz FODA.....	137
Tabla N°41 Estrategias de la matriz FODA.....	138
Tabla N°42 Líneas estratégicas del MKO.....	138
Tabla N°43 Cuadro de presupuesto del plan de marketing.....	140

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 Límites de la parroquia de Aloasí .....	27
Figura N°2 Niveles de planificación zonales .....	28
Figura N°3 Organigrama del Ministerio de Turismo .....	45
Figura N°4 Organigrama del Cantón Mejía .....	46
Figura N°5 Organigrama de la parroquia de Aloasí .....	47
Figura N°6 Red Vial de Aloasí .....	51
Figura N°7 Concentración de demanda extranjera .....	57
Figura N°8 Concentración de demanda nacional .....	58
Figura N°9 Frecuencia de edad .....	65
Figura N° 10 Frecuencia de género .....	66
Figura N°11 Frecuencia de ocupación .....	67
Figura N°12 Frecuencia de nivel de educación .....	68
Figura N°13 Personas que conocen lo que involucra el turismo .....	69
Figura N°14 Personas que practican o realizan turismo .....	70
Figura N°15 Personas que practican turismo fuera o dentro de la parroquia .....	70
Figura N°16 Lugares de turismo a visitar fuera de la parroquia .....	71
Figura N°17 Atractivos turísticos de Aloasí .....	72
Figura N°18 Recomendaría visitar los atractivos .....	73
Figura N°19 Estado de los atractivos turísticos .....	74
Figura N°20 Implementación para la visita a los atractivos .....	75
Figura N°21 Estado del Alojamiento .....	76
Figura N°22 Estado de lugares de alimentación .....	77

Figura N°23 Estado del transporte .....	78
Figura N°24 Estado de actividades complementarias .....	78
Figura N°25 Ayuda del Gobierno .....	80
Figura N°26 Forma de ayuda del Gobierno .....	81
Figura N°27 Material promocional de la parroquia .....	82
Figura N°28 Tipos de material promocional existente .....	83
Figura N°29 Forma ideal de publicidad .....	84
Figura N°30 Ubicación sectorial y física de Aloasí .....	128
Figura N°31 Partes de una dirección URL .....	130
Figura N°32 Dirección URL de la página web diseñada .....	131
Figura N°33 Buscador de Google con la página web .....	132
Figura N°34 Cuadro de comentarios en la página web diseñada (computadores)....	133
Figura N°35 Cuadro de comentarios en la página web diseñada (dispositivos móviles).....	133
Figura N°36 Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (computadores).....	134
Figura N°37 Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (dispositivos móviles) .....	134
Figura N°38 Plataforma de Wikipedia.....	135
Figura N°39 Plataforma de la página web del Municipio del Cantón Mejía.....	136
Figura N°40 Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (computadores).....	136
Figura N°41 Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (dispositivos móviles) .....	137



Figura N°42 Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasí (computadores).....	141
Figura N°43 Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasí (dispositivos móviles).....	141
Figura N°44 Material físico de publicidad para la parroquia de Aloasí .....	142

**“Estrategias de promoción y publicidad de la parroquia de Aloasí cantón  
Mejía provincia de Pichincha para su puesta en valor turístico”**

**Autor:** Fernando Mauricio Gualoto Alvarez

**Director:** Ing. Miguel Yuctor Alvarez

**Fecha:** Quito, Octubre 2014

**RESUMEN**

La parroquia de Aloasí se encuentra en la provincia de Pichincha, dentro del cantón Mejía, esta parroquia se ha visto afectado por la migración de los pobladores especialmente jóvenes, dentro del territorio conviven varios grupos étnicos que aportan para el desarrollo social y económico, Aloasí subsiste principalmente de las actividades agropecuarias y en poca cantidad del turismo, evidenciando como principal problema la poca promoción y publicidad turística de esta parroquia, para el trabajo planteado se ha utilizado una investigación descriptiva además de utilizarse instrumentos de recolección de datos que han permitido constatar el estado actual de Aloasí, observando que la poca promoción y publicidad existente es solo para un grupo selectivo que utilizan como principal medio para conocer este territorio la empresa Tren Ecuador los mismos que arriban a la estación de Machachi, pero este problema no ha logrado opacar la presencia de turistas que visitan esta parroquia por sus atractivos, es por eso que como principal estrategia de promoción y publicidad se ha optado por el aprovechamiento de la tecnología y de su alcance a nivel mundial, mediante la creación de una página web que puede ser vista tanto en aparatos de escritorio como en dispositivos móviles, además de crear un material publicitario físico permitiendo direccionar instantáneamente a dicha página web que contiene información turística acerca de la parroquia de Aloasí.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad practicada a lo largo del tiempo que ha ido evolucionando a consecuencia de los cambios en el macro entorno: político, social, cultural, ambiental y económico, es así que al ubicarse dentro de un contexto geográfico, en este caso el Ecuador con respecto a la actividad turística, ésta ha tenido un desarrollo paulatinamente lento, sin embargo en estos últimos diez años han existido grandes cambios dentro de la actividad como el posicionamiento de la marca país, reestructuración del Ministerio de Turismo como ente regulador y de control, las cuales han beneficiado en el posicionamiento del país como destino turístico.

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

Así mismo con la reestructuración del Estado, para un buen manejo y redistribución de los recursos se crean los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD's que conllevan una planificación enfocada a los objetivos del Buen Vivir con una potencialización y cambio de la matriz productiva enfocada a la generación de servicios, en este caso el turismo que con las herramientas necesarias de promoción y publicidad se podrá consolidar al Ecuador como destino turístico de clase mundial.

## I. EL PROBLEMA

### 1.1 Identificación del problema

El problema a solucionar se concentra en el Ecuador, en la región Sierra, al sur de la provincia de Pichincha, en el cantón Mejía, parroquia de Aloasí.

El turismo es una actividad económica que genera recursos para el espacio que la realiza, es así que el turismo en el cantón Mejía se encuentra latente, pero no es gestionada y/o administrada de una manera propicia, lo cual se puede evidenciar desde diferentes localidades que conforman el cantón, una de ellas es la parroquia Aloasí, en donde su principal actividad económica es la agricultura y ganadería, contrariamente el turismo por su parte se encuentra en un ámbito desinteresado por la población y autoridades locales, que inclusive no pueden detallarlo como una actividad concreta dentro de su plan de trabajo.

A consecuencia de las circunstancias anteriores, la parroquia de Aloasí podría desarrollarse turísticamente potencializando al turismo como eje dinamizador de la economía local. Esto debido a las características intrínsecas tanto culturales como naturales del territorio, las cuales se evidencian por sus tradiciones, fiestas, expresiones de arte, leyendas y mitos, transmitidos a través de los años por generaciones, y la riqueza natural que sirve para la vida del ser humano y así mismo para su aprovechamiento y desarrollo del territorio<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> **Territorio:** Extensión de tierra de una localidad donde se desarrollan diferentes actividades

En ese mismo sentido, se puede evidenciar la falta de una planificación adecuada para potencializar el valor de uso turístico de la parroquia de Aloasí a consecuencia del escaso material de promoción turística que no se puede encontrar en la misma parroquia o en sectores aledaños, sin embargo lo poco que se encuentra es en una mínima cantidad. Por otro lado el desconocimiento acerca de los atractivos de la parroquia afecta al desarrollo de la misma, otro indicador que evidencia esta problemática, es la escasa presencia de turistas en la zona que desconocen los lugares que pueden visitar.

Entre otras causas identificadas se observa el desconocimiento histórico – cultural de la parroquia y su evolución a lo largo del tiempo, costumbres, hechos y personajes importantes entre otros.

Así mismo existe la falta de técnicas de marketing para publicitar sus atractivos turísticos por parte de sus habitantes y de su propio ente gubernamental, en ese mismo sentido la falta de estadísticas que ayuden a determinar los ingresos por concepto de turismo es una causa más que agrava la problemática actual. Evidenciando así, un desinterés y falta de apoyo al sector en la gestión de proyectos turísticos para la zona.

La junta parroquial teniendo como horizonte alcanzar los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir a través de su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial aplicado mediante la planificación estratégica, deja a un lado las necesidades actuales de la parroquia y sus pobladores, como servicios básicos en

algunas comunidades y el desarrollo turístico que cada una puede generar perjudicando así a los habitantes de este sector, frenando al mismo tiempo su desarrollo económico y social.

Como consecuencia de lo antes descrito se evidencia el poco desarrollo turístico del territorio en estudio, afectando así en distintos ámbitos a sus habitantes generando una desvalorización del potencial turístico de la zona y sus posibles aportes a la economía local, a la práctica social de la parroquia y al desconocimiento de su riqueza turística por la falta de promoción y publicidad de este gobierno autónomo descentralizado.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Cómo la falta de aplicación de técnicas de marketing turístico influye en la escasa promoción y publicidad del turismo de la parroquia de Aloasí, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha?

La falta de técnicas de marketing turístico ha repercutido en la escasa promoción turística y en la poca afluencia de turistas que visitan la parroquia, debido al desconocimiento de los atractivos y servicios turísticos que ofrece Aloasí, se ha constatado que en la parroquia no existe un departamento especializado en marketing turístico, y la poca información recopilada acerca de la riqueza natural y cultural de la misma son manejados internamente y especialmente dedicada a turistas ya identificados de la empresa Tren Ecuador, mientras que para turistas nacionales o visitantes de la misma zona se encuentra

muy restringida la promoción turística de este sector, promoviendo la escasa visita y por ende se ve reflejada en el desarrollo de la población y de la parroquia en general.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 General**

Elaborar estrategias de promoción y publicidad turística en la parroquia de Aloasí, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha para su puesta en valor turístico.

#### **1.3.2 Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la parroquia Aloasí en las distintas partes que conforman el sistema turístico.
- Realizar el proceso de levantamiento de los atractivos turísticos existentes dentro de la parroquia de Aloasí.
- Diseñar una propuesta de estrategias de promoción y publicidad turística para dar a conocer los atractivos existentes en esta parroquia.

### **1.4 Justificación y relevancia social**

Al diseñar las estrategias de promoción y publicidad turísticas para la parroquia de Aloasí se busca rescatar los atractivos turísticos tanto naturales como culturales que a lo largo del tiempo se han ido olvidando, debido a la falta de apropiación de la población y a una mala promoción y difusión del lugar, estas estrategias serán de gran beneficio para la sociedad tanto de la parroquia como de sus alrededores porque podrán darse a conocer, dando como resultado su desarrollo en el ámbito

social, cultural y en lo económico a través de la actividad turística como elemento dinamizador de su territorio.



## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Fundamentación teórica

La presente investigación se realizará tomando en cuenta los estudios elaborados por:

**Tema:** DISEÑO DE LA RUTA TURÍSTICA DEL CHAGRA PARA EL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA

**Autor:** Rosa Elizabeth Zurita Calispa

**Año:** 2010

**Institución:** ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

**Extracto:** “El cantón Mejía tiene potencial turístico que no ha sido aprovechado; cuenta con atractivos naturales y culturales entre ellos: los Ilinizas, El Pasochoa y el Paseo Procesional del Chagra. Las rutas turísticas se pueden organizar en función de las características adyacentes al sector y así otorgar el nombre. La ruta debe cumplir con el objetivo de diseño y así brindar actividades relacionadas con los elementos de la misma, presentando una imagen integral con los sitios, servicios, atractivos y lenguaje de comunicación.”

**Tema:** PLAN DE MARKETING PARA PROMOVER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MEJÍA PROVINCIA PICHINCHA PARA EL PERÍODO 2011 - 2013

**Autor:** Albuja Molina Yesenia del Pilar, Constante Yugcha Paulina Cristina

**Año:** 2011

**Institución:** UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**Extracto:** “El cantón Mejía tiene potencial turístico que no ha sido aprovechado; cuenta con atractivos naturales y culturales entre ellos: los Ilinizas, el Cotopaxi, el Pasochoa, el Paseo Procesional del Chagra, el Cascaronazo, las comidas típicas, las aguas termales entre otros. Las principales actividades económicas del Cantón Mejía son la agricultura y la ganadería; en la actualidad las haciendas se han dedicado a ofrecer servicios de hospedaje para compartir con los visitantes sus costumbres, las mismas que dan a conocer el personaje típico del sector que es el Chagra.”

**Tema:** ESTRATEGIAS DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA PARA LOS POBLADOS ALEDAÑOS A LA RUTA DEL TREN EN EL CANTÓN MEJÍA

**Autor:** Catalina Betsabé Arciniegas Andrade

**Año:** 2012

**Institución:** UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

**Extracto:** “Los poblados aledaños son las parroquias rurales de El Chaupi, Aloasí y la parroquia urbana de Machachi, todos los poblados tienen las facilidades e infraestructura necesarias para recibir a turistas y a excursionistas. Sin embargo se pretende que los pobladores con mayores necesidades puedan mejorar su calidad de vida, por tal razón se determinó que los pobladores de El Chaupi y Aloasí, son los indicados para desarrollar el turismo sostenible en la zona en función del tren. Es así que a través de un diagnóstico general, turístico y con la metodología del Marco Lógico se determinó y califico las alternativas para establecer la estrategia principal.”

## 2.2 Estructura del marco teórico

### CAPITULO I DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO

#### 1.1 Ubicación

##### 1.1.1 Político – Administrativo

La parroquia de Aloasí está situada a treinta y cinco kilómetros de Quito en las faldas del monte Corazón, del centro de Machachi al centro de Aloasí y viceversa existen dos kilómetro y mil seiscientos metros hasta la estación de tren San Javier. (GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 7)

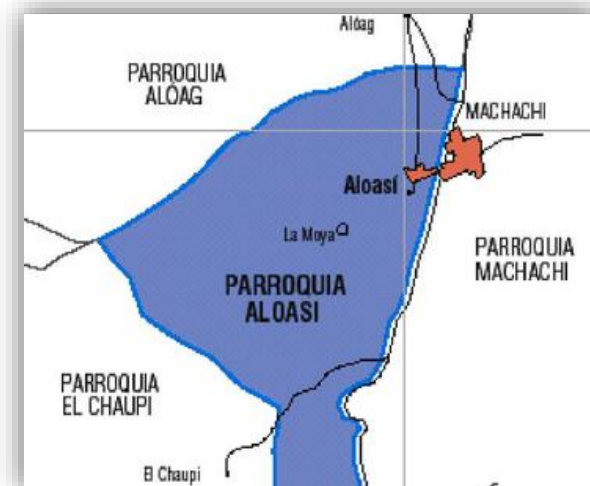
La parroquia de Aloasí se encuentra ubicada políticamente de acuerdo a los siguientes límites:

**Norte:** Parroquia Alóag

**Sur:** Parroquia El Chaupi

**Este:** Cabecera cantonal Machachi

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



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

### 1.1.2 Zona de Planificación SENPLADES

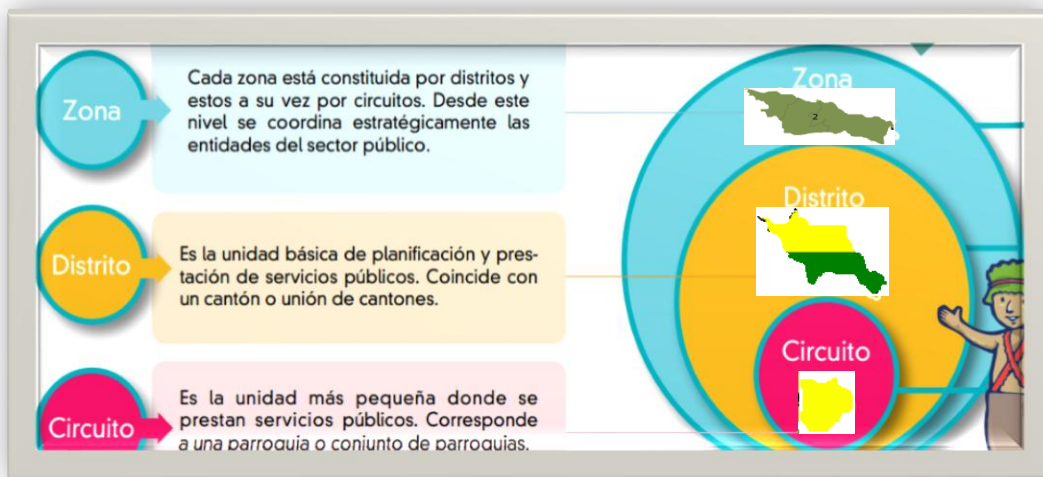
Para gestionar servicios estatales eficientes a la ciudadanía la Secretaría de Planificación y Desarrollo, SENPLADES ha establecido niveles de planificación territorial, a consecuencia de esto se menciona que la parroquia de Aloasí pertenece a:

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

**Distrito:** Cantón Mejía

**Circuito:** Parroquia de Aloasí

(SENPLADES, 2012, pág. 10)



**Figura N°2** Niveles de planificación zonales  
**Fuente:** SENPLADES, 2012, págs. 12,13

### 1.1.3 Región natural

El Ecuador se encuentra dividido en cuatro regiones naturales, que son Costa o Litoral, Sierra o Andes, Oriente o Amazonía y Galápagos o Región Insular, de acuerdo a esta división la parroquia de Aloasí se encuentra ubicada en la región Sierra Centro.

## 1.2 Población

### 1.2.1 Total población de hombres y mujeres

Tabla N°1 Población de Aloasí

POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO			
Grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menor de 1 año	88	83	171
De 1 a 4 años	422	402	824
De 5 a 9 años	501	552	1053
De 10 a 14 años	536	566	1102
De 15 a 19 años	471	494	965
De 20 a 24 años	429	429	858
De 25 a 29 años	388	445	833
De 30 a 34 años	321	392	713
De 35 a 39 años	311	333	644
De 40 a 44 años	254	271	525
De 45 a 49 años	195	235	430
De 50 a 54 años	157	188	345
De 55 a 59 años	132	151	283
De 60 a 64 años	112	128	240
De 65 a 69 años	113	133	246
De 70 a 74 años	74	90	164
De 75 a 79 años	56	56	112
De 80 a 84 años	40	59	99
De 85 a 89 años	22	30	52
De 90 a 94 años	10	9	19
De 95 a 99 años	2	4	6
De 100 años y más	1	1	2
<b>Total</b>	<b>4635</b>	<b>5051</b>	<b>9686</b>

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 12

La parroquia de Aloasí según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC en el año del 2010 tiene una población total de 9686 habitantes, la misma que se encuentra en mayor porcentaje dentro del grupo etario de 10 a 14 años con 1102 habitantes, seguido de 5 a 9 años con 1053 habitantes y en su menor cantidad grupos de 95 a 99 años con 6 habitantes y finalmente más de 100 años 2 personas; en ese mismo sentido Aloasí se encuentra dividida en su totalidad en 4635 hombres y 5051 mujeres.

### 1.3 Clima

#### 1.3.1 Piso climático

La parroquia de Aloasí abarca pisos climáticos propios de la región interandina, pero predomina en este, el clima del páramo andino, abarcando los meses más cálidos en agosto, septiembre, octubre y los meses más fríos en noviembre, diciembre y enero. (GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 8)

#### 1.3.2 Temperaturas promedio

La parroquia de Aloasí al poseer un clima de páramo andino tiene sus variaciones en algunos meses del año llegando a temperaturas mínimas de 1.8 °C, máximas de 21.5 °C y teniendo como temperatura promedio de 11.9 °C

**Tabla N°2** Temperatura Promedio de Aloasí

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

**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 8  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

### 1.4 Hidrografía

#### 1.4.1 Cuerpos hídricos y micro cuencas

Dentro de la parroquia de Aloasí existen dos micro cuencas importantes que son:

- La del Río Jambelí
- Quebrada El Timbo





Las mismas que recorren y desembocan en el río San Pedro y posteriormente en el río Guayllabamba. “La micro cuenca del río Jambelí ocupa el 34% del territorio la parroquia, en tanto que la quebrada el Timbo el 65% y el 1%

restante, corresponde a la quebrada Aychapicho“ (GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 23)

## 1.5 Zonas de vida

### 1.5.1 Flora

**Tabla N°3** Flora existente en la Parroquia de Aloasí y su uso

IMAGEN	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	USO
	Papa	<i>Solanum tuberosum</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disuelve cálculos renales.</li> <li>• Ayuda a la cicatrización de heridas.</li> <li>• Para bajar los niveles de glucosa en la sangre.</li> <li>• La cáscara de la papa contiene fibra y ayuda a regular problemas intestinales y de estreñimiento.</li> <li>• Alimento antioxidante y anti cancerígeno.</li> </ul>
	Oca	<i>Oxalis tuberosa</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se lo utiliza en comidas de sal y dulce después de ser expuesto al sol</li> </ul>
	Achicoria de páramo	<i>Hypochoeris sesiliflora</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las raíces se utilizan para la medicina popular.</li> </ul>
	Mashua	<i>Tropaeolum tuberosum</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al igual que la mayoría de tubérculos aporta con gran cantidad de proteínas</li> </ul>



Tomate de árbol

*Ciphomandra  
betacea*

- Consumo como fruta fresca, es materia prima en la industria para la preparación de jugos, compotas, conservas dulces, jaleas, gelatina, mermelada y concentrados congelados



Melloco

*Ullcus tuberosus*

- Alto contenido de proteínas, carbohidratos, vitaminas



Diente de león

*Taraxacum  
oficinales*

- Sus hojas son comestibles
- Sus raíces son usadas en la medicina popular



Ashpa chocho

*Lupinus pubescens*

- Fertilización de los suelos gracias a su riqueza en nitrógeno



Sauce

*Salix humbolteano*

- Propiedades para los resfriados, fiebre, dolores articulares y la gripe.





Mora andina

*Rubis adenotrichus*

- Obtener jugos, néctares, mermeladas, jaleas, helados, repostería y confitería



Taxo

*Paciflora mixta*

- Alivia problemas del sistema nervioso y es muy aconsejada en trastornos intestinales y estomacales.



Capulí

*Prunus serotina*

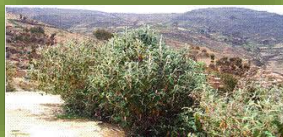
- Preparar dulces, mermeladas, el jucho y otros postres



Sábila

*Aloe vera*

- Ingrediente en productos de belleza.
- Regenerador celular, cicatrizante y regenerador.
- Se puede usar también en shampo y acondicionador



Quishuar

*Buddleia incana*

- Astringente, contra la verruga



Eucalipto

*Eucalyptus globulus*

- El aceite diluido posee propiedad expectorante y alivia afecciones de garganta y laringe además de acción antiséptica de las vías respiratorias.
- La cocción de las hojas expulsan parásitos intestinales.
- Son cicatrizante de heridas de la piel
- Sus hojas en infusión ayuda a reducir el azúcar en la



Árbol de papel

*Polylepis incana*

- Retiene de forma natural la humedad de los bosques impidiendo la erosión, condensa las masas de neblina las alturas y por su fuerte madera



Cachos de venado

*Halenia weddeliana*

- Prevención de Cáncer
- Apoyo en Adicción a Drogas
- Apoyo Inmunológico
- Protección Hepática
- Tratamiento para Osteoporosis
- Control de Dolor



Chuquirahua

*Chuquirahua jussieui*

- Propiedades reguladores del hígado y los intestinos



Pino

*Pinus radiata*

- Por el aceite esencial que tiene se usa como balsámico



Mortiño

*Vaccinium floribundum*



- Disminuye el desarrollo de enfermedades crónicas como el síndrome metabólico, la obesidad y la diabetes.



Chilca

*Baccharis latifolia*

- Baños reumáticos, también para la osteoartritis, artritis reumatoide, bronquitis, diarrea, hemorroides, irregularidades y motores menstruales.




	Higo	<i>Picus carica</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder expectorante, ya que contiene propiedades que nos ayudan a limpiar los pulmones.</li> <li>• Poder laxante, mejorar las digestiones y con ello el estado general del organismo.</li> </ul>
	Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideal para personas con diabetes o que desean adelgazar comiendo sano.</li> <li>• También es de gran ayuda para controlar los niveles de colesterol en sangre</li> </ul>

**Fuentes:** Patzael, 2004, págs. 60, 64, 28, 65, 53, 66, 17, 63, 82, 25, 35  
 Gracia & Cristina, 2001  
 Morales, 2011  
 Verón, 2013  
 Vive la Naturaleza.com  
 Vinuesa, 2012  
 día a día, 2011






**Elaborado por:** Fernando Gualoto

## 1.5.2 Fauna

**Tabla N°4** Fauna existente en la Parroquia de Aloasí

IMAGEN	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	HABITAT Y FUNCIONES EN EL AMBIENTE
	Sacha cuy	<i>Stictomys taczanawskii</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vive por debajo de los 4500 metros sobre el nivel del mar</li> <li>• Su alimentación es vegetariana.</li> </ul>
	Zorro	<i>Dilelphys marsupiales</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalmente solitario, aunque también pueden vivir en parejas permanentes o en grupos de un macho y dos o tres hembras</li> <li>• Su hábitat incluyendo bosque, tundra, pradera y tierras de cultivo</li> </ul>
	Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su hábitat es el bosque seco Tropical</li> </ul>

	Curiquingue	<i>Phalacroboenus carunculatus</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vive en la región interandina especialmente en zonas abiertas como sabanas, pastizales y muy común en la cordillera de los andes</li> </ul>
	Conejo de páramo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su hábitat son bosques primarios, secundarios e intervenidos, incluyendo áreas cultivadas y cercanas a la presencia humana</li> </ul>
	Pato punteado	<i>Anas flavirostris</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vive en lagunas, lagos y pantanos de agua dulce</li> <li>• Se alimenta de vegetación, insectos, y crustáceos acuáticos.</li> <li>• Las parejas se forman en invierno, llegando juntos al lugar donde van a anidar. Los machos son territoriales en época de cría.</li> <li>• La hembra pone de 6 a 14 huevos</li> </ul>
	Raposa	<i>Maranosa robinsoni</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vive en el páramo, los bosques templados y los bosques subtropicales</li> <li>• Son animales nocturnos y solitarios el macho y la hembra solo se juntan para aparearse.</li> <li>• Su periodo reproductivo, incluyendo la gestación y el destete, dura aproximadamente 110 días</li> </ul>
	Colibrí	<i>Coeligena sp</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encuentra sobre los 1000 metros en las estribaciones, y en los valles interandinos hasta los 3500 metros de altura</li> </ul>
	Lobo de páramo	<i>Pseudalopex culpaeus</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son animales solitarios, aunque pueden compartir su territorio con la hembra, pero generalmente solo se reúnen para reproducirse.</li> <li>• En lugares donde no hay presencia humana suelen estar activos en el día, de lo contrario pueden tornarse principalmente nocturnos</li> <li>• Está presente en lugares templados y alto andinos entre los 2600 y 4500 metros de altura</li> </ul>
	Gaviota andina	<i>Larus serranus</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habita en lagunas y ríos entre los 3000 a 4500 msnm</li> <li>• Ambos padres se alternan en la incubación, que dura de 2-3 semanas</li> </ul>

	Chucuri	<i>Mustela frenata</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los terrenos favoritos son zonas con malezas y bosques abiertos</li> <li>• Viven en cuevas abandonadas por otros mamíferos</li> <li>• Son muy solitarias, y sus áreas de movimiento no se cruzan con las de ningún macho de la misma especie</li> </ul>
	Tórtola	<i>Zenaida Auriculata</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encuentra en todo tipo de hábitat</li> <li>• Suele evitar los bosques densos</li> <li>• Actualmente se la puede ver en los sitios de la urbe</li> </ul>
	Torcaza	<i>Columba plúmbea</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugares variados, como montes, zonas abiertas, áreas rurales, poblados, ciudades, parques y jardines.</li> <li>• Anda mucho por el suelo en busca de alimento</li> <li>• Su vuelo es rápido y enérgico.</li> </ul>
	Gavián	<i>Buteo polysoma</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viven, duermen y cazan en grupos familiares de dos o tres ejemplares</li> <li>• Las hembras se aparean normalmente con dos o tres machos</li> </ul>
	Mirlo	<i>Turdus fuscater</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bosques frondosos y coníferas, cañizares, jardines, setos, parques y jardines</li> <li>• Suele empollar entre 3 y 5 huevos</li> <li>• La incubación dura entre 11 y 13 días tiene una sola pareja</li> </ul>

**Fuentes:** Vizcarra Proyectos, 2013  
Aveiga, 2013  
Maestría en turismo, 2009  
EL COMERCIO, 2012  
Notipáramo, 2009  
Soria & Valarezo, 2014  
Boada, 2014  
EL COMERCIO, 2012  
Arias, 2005  
Klaus, 2010  
Ministerio del Ambiente, 2013

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

## CAPITULO 2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ENTORNO

### 2.1 Aspecto económico

#### 2.1.1 Actividad productiva de la parroquia de Aloasí

Tabla N° 5 Actividades Productivas

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

Fuente: GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 16

Elaborado por: Dirección de Desarrollo Comunitario, GAD de Pichincha

Se observa que la mayor parte de la parroquia se dedica a actividades agropecuarias, especialmente a la producción de alimentos y leche, representada este en 1335 casos es decir el 31 % de las actividades desarrolladas.

Al mismo tiempo se denota que el turismo no se encuentra consolidada en la parroquia porque sus únicos servicios declarados son las actividades de

alojamiento y de alimentos y bebidas representadas con 124 casos en un porcentaje del 3% es decir un porcentaje mínimo de la población se dedicada al turismo en la parroquia de Aloasí.

## 2.2 Aspecto social y cultural

### 2.2.1 Hitos históricos importantes

**Tabla N° 6** Hitos Históricos de Aloasí

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

**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 2

**Elaborado por:** GAD Parroquia de Aloasí

### 2.2.2 Identidad cultural

Aloasí es una parroquia que se caracteriza por el carisma y la calidez de su gente, tras la colonización, sus costumbres y tradiciones fueron cambiando por la imposición mestiza, aunque haya pasado el tiempo aún siguen practicando en su diario vivir estas características los pobladores de la parroquia.

Lastimosamente existe una pérdida en cuanto a su identidad cultural, generaciones contemporáneas han adoptado nuevas costumbres y tradiciones como la vestimenta y fiestas, lo que ha producido una desvalorización de la esencia de ese pueblo andino que habitó por mucho tiempo en este territorio.

### 2.2.3 Migración de la población

**Tabla N° 7** Motivos del viaje y lugar de destino

ACTUAL PAÍS DE RESIDENCIA	PRINCIPAL MOTIVO DE VIAJE				
	TRABAJO	ESTUDIOS	UNIÓN FAMILIAR	OTRO	TOTAL
Colombia	-	-	1	4	5
Chile	-	1	-	-	1
Estados Unidos	12	-	2	-	14
Perú	-	-	-	1	1
República Dominicana	1	-	-	-	1
España	52	10	17	-	79
Francia	1	-	-	-	1
Reino Unido	-	-	1	-	1
Italia	5	-	2	-	7
Sin Especificar	7	-	3	-	10
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>11</b>	<b>26</b>	<b>5</b>	<b>122</b>

Fuente: GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 73

Elaborado por: Censo 2010, INEC

Desafortunadamente la estabilidad económica en el país no es la más aceptable ni recomendable para poder sobrevivir, especialmente por la inequidad en cuanto a género, etnia y distribución del ingreso, es por eso que en la parroquia de Aloasí se evidencia la migración, según datos del INEC del 2010 se reportaron 80 casos de migración por razón de trabajo, 11 casos por motivo de estudios, 26 casos por unión familiar, teniendo como los países más atractivos para estas situaciones a Estados Unidos, España e Italia.



**Tabla N° 8 Género del migrante**

ÁREA	ALOASÍ		
	Sexo del migrante		
	Hombre	Mujer	Total
Actual país de residencia			
Colombia	5	-	5
Chile	-	1	1
Estados Unidos	11	3	14
Perú	-	1	1
Dominicana, República	1	-	1
Alboran y Perejil	1	1	2
España	43	36	79
Francia	-	1	1
Reino Unido (Escocia, Gran Bretaña, Inglaterra, Gales)	1	-	1
Italia	2	5	7
Sin Especificar	5	5	10
Total	69	53	122

Fuente: GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 74

Elaborado por: Censo 2010, INEC

La falta de oportunidades laborales y económicas en la parroquia ha producido que los habitantes de Aloasí migren a otros países; el género masculino predomina en esta lista con 43 casos y 36 casos son de género femenino, teniendo como lugar de destino España, seguido de Estados Unidos con 11 casos masculinos y 3 casos femeninos.

#### 2.2.4 Grupos étnicos

**Tabla N° 9 Auto identificación según su cultura y costumbres**

	CASOS	%
Indígena	903	9.32
Afro ecuatoriano/a Afro descendiente	108	1.12
Negro/a	8	0.08
Mulato/a	54	0.56
Montubio/a	52	0.54
Mestizo/a	8389	86.61
Blanco/a	157	1.62
Otro/a	15	0.15
<b>TOTAL</b>	<b>9686</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Fernando Gualoto

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

### **2.3 Aspecto ambiental**

La parroquia de Aloasí posee un bosque húmedo primario declarado como Bosque Protector Cumbiteo; ubicado dentro de la Reserva Ecológica Los Ilinizas, además de una gran extensión de páramo andino que es una fuente de agua para los barrios de la parroquia.

#### **2.3.1 Problemática de contaminación**

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

- La degradación de los recursos hídricos por falta de tratamiento de los afluentes urbanos y la deficiencia en las redes de saneamiento y estructuras en las mismas.
- Reducción de áreas naturales y páramos en las partes de altas montañas y por consecuencia en las cuencas, se evidencia presencia de ganado y cambios climáticos que han provocado la disminución constante en los caudales de las micro cuencas.

- Mal uso de agroquímicos y fertilizantes para la actividad agropecuaria, provocando una producción de desechos, sólidos, líquidos y emisiones de gases, por parte de la comunidad y del sector industrial contaminando las fuentes hídricas poniendo en riesgo la provisión actual y futura del recurso hídrico para la parroquia. (GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 79)

### **2.3.2 Proyectos de recuperación ambiental**

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

- “La parroquia de Aloasí junto al Gobierno Provincial, EMAPQ y el Municipio del Cantón Mejía, actualmente se encuentran en una campaña masiva para sembrar árboles nativos como son: el aliso, pumamaqui, arrayan, yagual, en quebradas y en el páramo del Cerro el Corazón.” (GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 27)
- Dentro de la parroquia existe la utilización de los pozos sépticos, pero lastimosamente sin los debidos procesos adecuados de saneamiento, es por eso que una de las principales obras es la construcción del Relleno Sanitario del Cantón Mejía ubicado en el sector de Romerillos de Pucara

**Tabla N° 10** Proyectos que se ejecutan en la Parroquia Aloasí

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

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

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

## CAPITULO 3 DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO

### 3.1 Superestructura turística

Se entiende como Superestructura Turística al ejercicio político, administrativo y económico del estado, comprendida en todos los organismos públicos o privados encargados del desarrollo y fomento del sector turístico.

#### 3.1.1 Ministerio de turismo

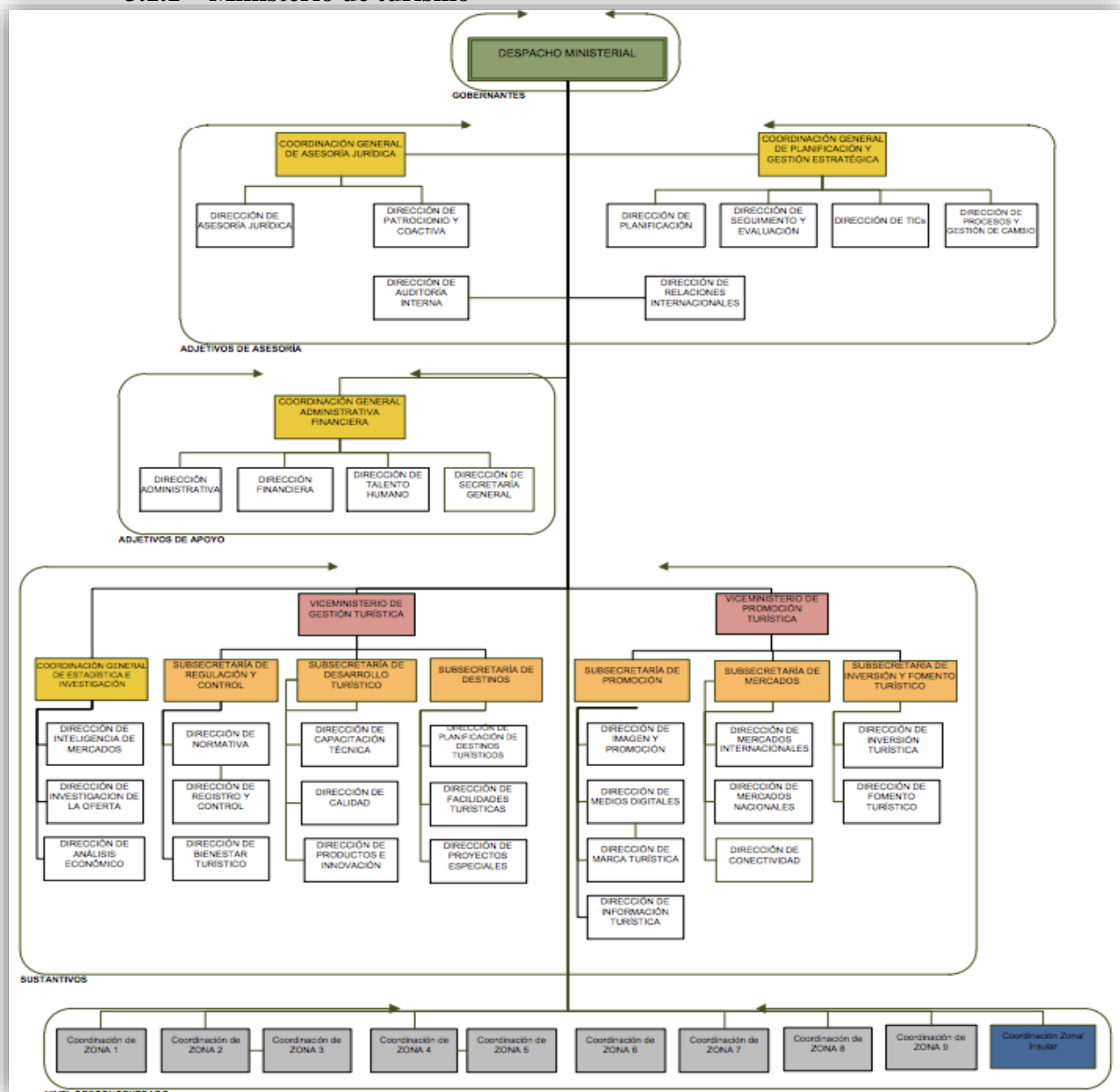


Figura N°3 Organigrama del Ministerio de Turismo

Fuente: Ministerio de Turismo

### 3.1.2 Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Mejía

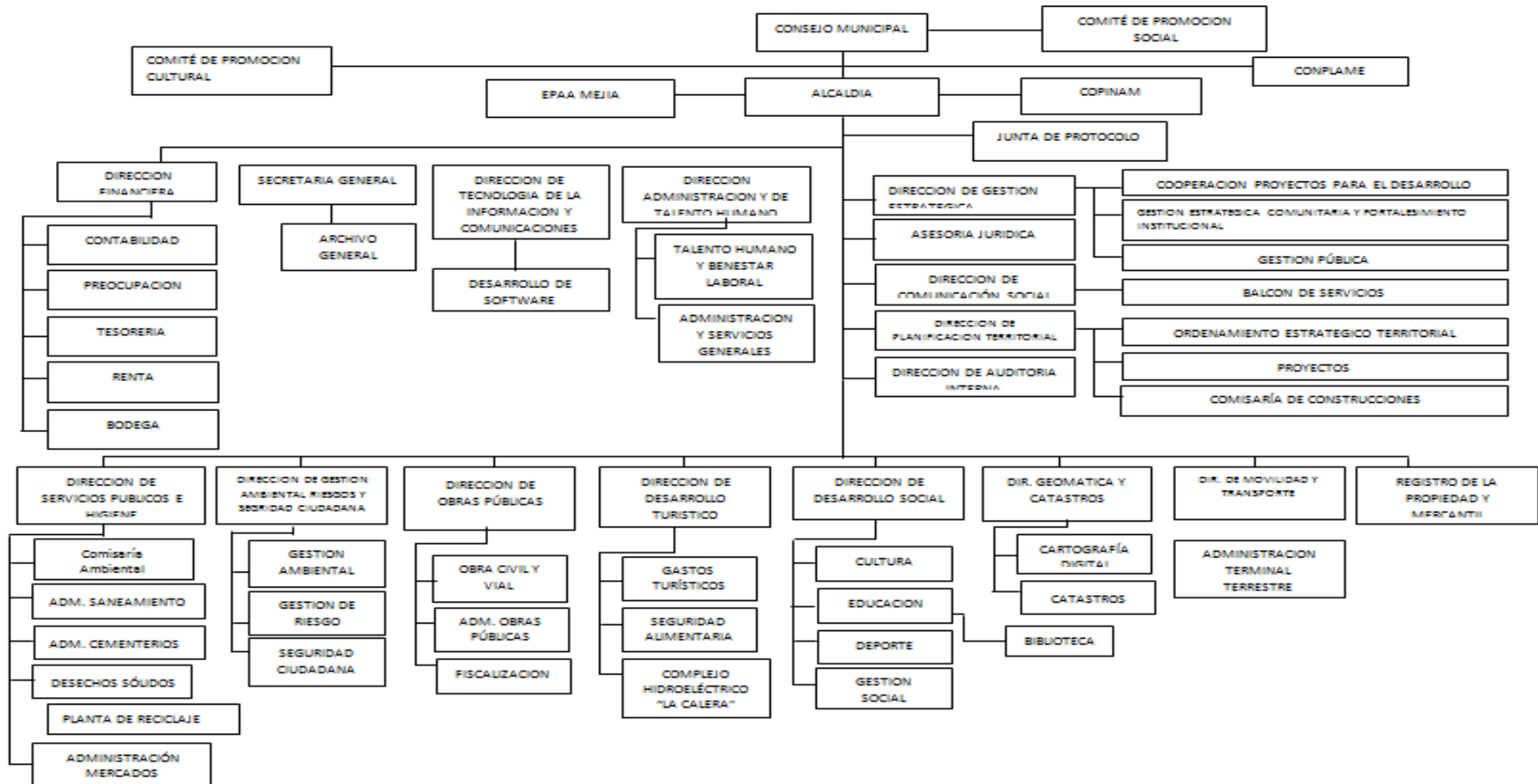
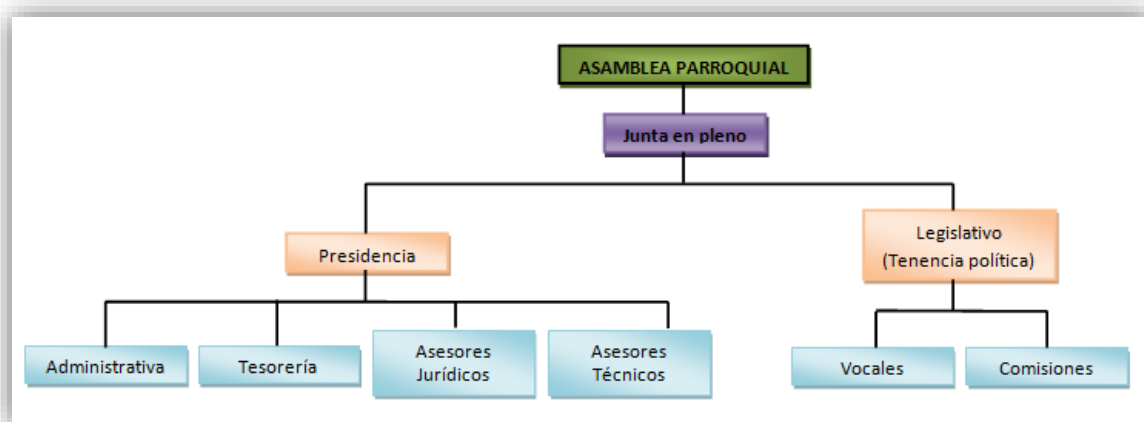


Figura N°4 Organigrama del Cantón Mejía  
Fuente: GAD del Cantón Mejía, 2014

### 3.1.3 Gobierno Autónomo Descentralizado Junta Parroquial Aloasí



**Figura N°5** Organigrama de la parroquia de Aloasí  
**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012

## 3.2 Infraestructura turística

Se comprende como infraestructura turística a todos los componentes o servicios básicos generalmente de uso público, que hacen posible la puesta en valor de los atractivos, logrando que sea posible la actividad turística en el lugar.

### 3.2.1 Servicio de energía

**Tabla N° 11** Cobertura de Servicio de Energía Eléctrica

BARRIOS	ENERGÍA ELÉCTRICA (%)	ALUMBRADO PÚBLICO (%)
ANITA LUCIA	100	0
ASOC. TIERRA Y TRABAJO	100	70
CHANGALLI	100	0
CHISINCHE	100	0
COOP. LA LOLITA	100	100
CULALA ALTO	100	30
CULALA BAJO	80	70
EL CALVARIO	90	90
EL CENTRO	100	100
EL CISNE	100	90
EL FALCON	70	50
EL TAMBO 1	100	90
EL TAMBO 2	80	0
LA CRUZ	90	90
LA ESPERANZA	60	60
LA ESTACIÓN	90	60
LA MOYA Y SAN LUIS	70	30
LA CARRETERA	80	60
LAS LOMAS	90	0
LOS SAUCES	90	70
MIRAFLORES ALTO	90	60
MIRAFLORES BAJO	100	60

NUESTRA SR. DE LOS DOLORES	100	100
POTREROS ALTOS	70	70
SAN ROQUE	100	70
SIMON BOLIVAR	80	80
UMBRIA	30	10
URB. MIRAFLORES ALTO	100	100
BELLAVISTA	70	70

**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, págs. 97-98

**Elaborado por:** Gobierno Parroquial, Gobierno Provincial

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

En cuanto al servicio de alumbrado público se ha constatado que más del 50% de los barrios existentes no poseen este servicio ubicados en un rango de porcentaje entre 0% y 70% siendo este un gran agravante para la existencia de inseguridad en este sector.

### 3.2.2 Servicio de agua

**Tabla N° 12** Cobertura de Servicio de Agua

BARRIOS	AGUA PARA CONSUMO HUMANO (%)
ANITA LUCIA	100
ASOC. TIERRA Y TRABAJO	100
CHANGALLI	100
CHISINCHE	100
COOP. LA LOLITA	100
CULALA ALTO	100
CULALA BAJO	100
EL CALVARIO	100
EL CENTRO	50
EL CISNE	100
EL FALCON	100
EL TAMBO 1	50
EL TAMBO 2	80



LA CRUZ	100
LA ESPERANZA	50
LA ESTACIÓN	100
LA MOYA Y SAN LUIS	100
LA CARRETERA	50
LAS LOMAS	100
LOS SAUCES	50
MIRAFLORES ALTO	60
MIRAFLORES BAJO	60
NUESTRA SR. DE LOS DOLORES	60
POTREROS ALTOS	80
SAN ROQUE	100
SIMON BOLIVAR	60
UMBRIA	100
URB. MIRAFLORES ALTO	60
BELLAVISTA	60

**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, págs. 97-98

**Elaborado por:** Gobierno Parroquial, Gobierno Provincial

Dentro de los barrios que conforman la parroquia de Aloasí se evidencia que la mayoría de ellos cuentan con el servicio de agua potable para consumo humano los mismos que se encuentran en un rango entre 80% y 100%, mientras el resto de barrios cuentan con el servicio entre el 50% y 60%.

**Tabla N° 13** Abastecimiento de Agua

PROCEDENCIA PRINCIPAL DEL AGUA RECIBIDA	CASOS
De red pública	2158
De pozo	25
De río, vertiente, acequia o canal	279
Otro (Agua lluvia/albarrada)	3
<b>Total</b>	<b>2499</b>

**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 102

**Elaborado por:** INEC 2010

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

### **3.2.3 Servicio de transporte externo e interno**

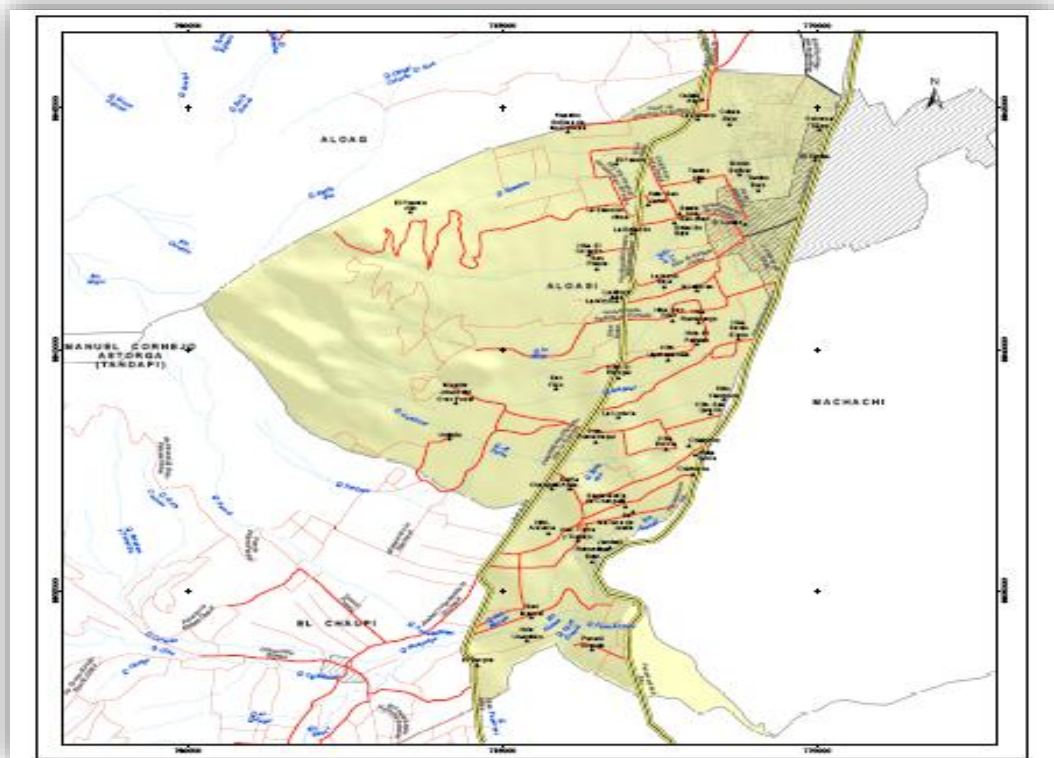
Para el ingreso a la parroquia de Aloasí la forma más sencilla se la realiza por la ciudad de Machachi, para lo cual se ha identificado el servicio de dos cooperativas que prestan este servicio desde Quito-Machachi y viceversa; Cooperativas como Transportes Mejía y Carlos Brito son las dos únicas empresas de transporte público que trasladan personas, con un tiempo de recorrido de 45 minutos ya sea desde Quito a Machachi o de Machachi a Quito, el mismo que tiene un costo de 0,55 centavos de dólar por pasajero, y la frecuencia entre los buses es de 10 a 15 minutos en cada cooperativa.

Una vez en Machachi para ingresar a Aloasí existe la Cooperativa Machacheñas, la misma que permite el traslado desde Machachi hacia el Parque Central de Aloasí; con un intervalo de tiempo de 15 a 20 minutos entre transportes y con un costo de 25 centavos de dólar por pasajero. Dentro de la parroquia de Aloasí la Cooperativa de Transporte Nuestra Señora de los Dolores es la encargada de prestar cobertura total a los diferentes barrios existentes, pero la falta de unidades en la parroquia hace que la frecuencia entre unidades sea de 30 a 45 minutos con un coste de 25 centavos de dólar.

### **3.2.4 Vialidad**

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

En cuanto a la situación actual del sistema de vías secundarias en la parroquia, se tienen un aproximado de 12,22 km de vías, de las cuales el 30 % se encuentran revestidas con adoquín y piedra, 50%, son vías en tierra y el 20% son caminos de herradura. (GAD Parroquia de Aloasí, 2012, págs. 121-122)



**Figura N°6** Red Vial de Aloasí  
**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 122

Uno de los inconvenientes expuestos por la comunidad con respecto al servicio de transporte, es el estado de las vías en tiempos de lluvias, ya que es cuando se producen deformaciones en el revestimiento existente, causando malestar por los efectos negativos que esto produce al estado de los automotores, la incomodidad el momento de viajar y transportar productos en estado líquido que tienden a derramarse.

### 3.2.5 Comunicación

**Tabla N° 14** Cobertura Telefónica

PROVINCIA	CIUDAD / POBLACION	CANTON	1W ó 2W
PICHINCHA	Alangasi	Quito	1 W
PICHINCHA	Aloag	Mejia	1 W
PICHINCHA	Aloasi	Mejia	1 W
PICHINCHA	Amaguaña	Quito	1 W
PICHINCHA	Ascazubi	Cayambe	1 W
PICHINCHA	ATAHUALPA (HABASPAMBA)	Quito	1 W
PICHINCHA	Ayora	Cayambe	1 W
PICHINCHA	Calacali	Quito	1 W
PICHINCHA	CALDERON (CARAPUNGO)	Quito	1 W
PICHINCHA	Canchacoto	Quito	1 W
PICHINCHA	Cangahua	Cayambe	1 W
PICHINCHA	Cayambe	Cayambe	1 W
PICHINCHA	Chavezpamba	Quito	1 W
PICHINCHA	CHECA (CHILPA)	Quito	1 W
PICHINCHA	Conocoto	Quito	1 W
PICHINCHA	Cotogchoa	Rumiñahui	1 W
PICHINCHA	Cumbaya	Quito	1 W
PICHINCHA	CUTUGLAHUA	Mejia	1 W
PICHINCHA	El Arenal	Quito	1 W
PICHINCHA	El Chaupi	Mejia	1 W
PICHINCHA	El Murcu		1 W
PICHINCHA	El Quinche	Quito	1 W

Cobertura 1W: significa que los niveles de señal en la población indicada son óptimos y permite que los usuarios tengan muy buena cobertura en cualquier punto de la población indicada, aún dentro de casas y domicilios)

Cobertura 2W: significa que los niveles de señal en la población indicada son buenos, por tanto se garantiza cobertura solo en exteriores y lugares abiertos dentro de la población indicada. Los niveles de señal no permiten garantizar cobertura dentro de casas y edificios

**Fuente:** GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 129

**Elaborado por:** CONECEL-PORTA

Según datos obtenidos por la Empresa CONCEL-PORTA y de acuerdo al último censo realizado en el 2010 se indica que en la Parroquia de Aloasí cuenta con una cobertura 1w; es decir buena señal de cobertura y que permite a los usuarios tener señal ya sea en lugares abiertos o cerrados como sus domicilios.

**Tabla N° 15** Cobertura Telefónica, Internet y Equipamiento

BARRIO	CNT	MOVISTAR	CLARO	COBERTURA INTERNET	EQUIPAMIENTO CABINAS/INTERNET
ANITA LUCIA	SI	SI	SI	SI	SI
ASOC. TIERRA Y TRABAJO	SI	SI	SI	SI	SI
CHANGALLI	SI	SI	SI	SI	SI
CHISINCHE	SI	SI	SI	SI	SI

COOP. LA LOLITA	SI	SI	SI	SI	SI
CULALA ALTO	SI	SI	SI	SI	SI
CULALA BAJO	SI	SI	SI	SI	SI
EL CALVARIO	SI	SI	SI	SI	SI
EL CENTRO	SI	SI	SI	SI	SI
EL CISNE	SI	SI	SI	SI	SI
EL FALCON	SI	SI	SI	SI	SI
EL TAMBO 1	SI	SI	SI	SI	SI
EL TAMBO 2 CONJUNTO EL PORVENIR	SI	SI	SI	SI	SI
LA CRUZ	SI	SI	SI	SI	SI
LA ESPERANZA	SI	SI	SI	SI	SI
LA ESTACIÓN	SI	SI	SI	SI	SI
LA MOYA Y SAN LUIS	SI	SI	SI	SI	SI
LACARRETERA	SI	SI	SI	SI	SI
LAS LOMAS	SI	SI	SI	SI	SI
LOS SAUCES	SI	SI	SI	SI	SI
MIRAFLORES ALTO	SI	SI	SI	SI	SI
MIRAFLORES BAJO (ASOCIA 09)	SI	SI	SI	SI	SI
NUESTRA SR. DE LOS DOLORES	SI	SI	SI	SI	SI
POTRERO ALTOS	SI	SI	SI	SI	SI
SAN ROQUE	SI	SI	SI	SI	SI
SIMON BOLIVAR	SI	SI	SI	SI	SI
UMBRIA	SI	SI	SI	SI	SI
URB. MIRAFLORES ALTO	SI	SI	SI	SI	SI
BELLAVISTA	SI	SI	SI	SI	SI

Fuente: GAD Parroquia de Aloasí, 2012, pág. 130  
Elaborado por: SENATEL

Actualmente existe una cobertura total en la parroquia de Aloasí en cuanto a telecomunicaciones, siendo las principales operadoras de comunicación: CNT, Movistar y Claro, las mismas que prestan servicios de Internet doméstico y empresarial.

### 3.3 Planta turística

Se entiende por Planta Turística a las facilidades y servicios turísticos directos al pasajero permitiéndole disfrutar de los atractivos turísticos.

“Este elemento también es conocido como la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar.” (Quesada, 2010, pág. 188)

### **3.3.1 Alojamiento**

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

Se ha evidenciado mediante las visitas de campo que el servicio de alojamiento existente en la parte céntrica de la parroquia de Aloasí como hoteles son deficientes, el turista no tiene un lugar debidamente adecuado para que pueda descansar, lugares sucios, descuidados, sin pintar e inclusive el personal no se encuentra capacitado en competencias como: atención al cliente e idiomas, lo que hace que la estadía de los turistas no sea agradable, perjudicando el turismo que se puede presentar en la zona. Por el contrario los establecimientos de alojamiento que se ubican en las partes menos pobladas de la parroquia constan de hosterías que se encuentran en muy buen estado, las mismas que ofrecen un adecuado servicio al turista y diferentes actividades de recreación, pero con un costo elevado para turistas nacionales, haciendo que sean visitados solo por turistas extranjeros.

### 3.3.2 Transporte

Corresponde a los medios terrestres, aéreos y acuáticos disponibles para realizar las visitas a los diferentes atractivos turísticos, se pueden utilizar dos diferentes tipos de transportes turísticos:

- **Urbano:** Transporte utilizado dentro de la ciudad.
- **Rural:** Transporte utilizado para enlazar lugares como comunidades o caseríos.

Dentro de la parroquia de Aloasí el transporte ofertado a los pobladores y al mismo tiempo a los turistas es de mala calidad ya que estos buses se encuentran en mal estado, muchas de las veces sucios, descuidados debido al transporte no solo de pobladores sino también productos agrícolas por parte de agricultores a sus hogares.

### 3.3.3 Alimentación

Lugares dedicados a la alimentación y esparcimiento de los turistas, con altos estándares de calidad y buen servicio.

**Tabla N° 16** Clasificación de los lugares de Alimentación

CLASIFICACIÓN DE LOS LUGARES DE ALIMENTACIÓN
Soda Bares
Cafeterías
Restaurantes
Restaurantes-Discotecas

**Fuente:** Cuaderno de diseño de circuitos, 2013

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

Los establecimientos de alimentación existentes en la parroquia de Aloasí se ha evidenciado que algunos cumplen con los requerimientos solicitados por el turista mientras que otros no lo hacen, algunos de estos restaurantes ofrecen

comida típica del lugar, además de estos poseen servicio de estacionamiento e incluso de primeros auxilios, el personal se encuentra debidamente capacitado.

Por otro lado existen en mayor cantidad lugares de alimentación de pésima calidad, muchas de las veces la comida se encuentra en total exposición a la calle y al humo que es producido por las líneas de buses o automóviles que pasan por el sector.

### **3.3.4 Operación turística**

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

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

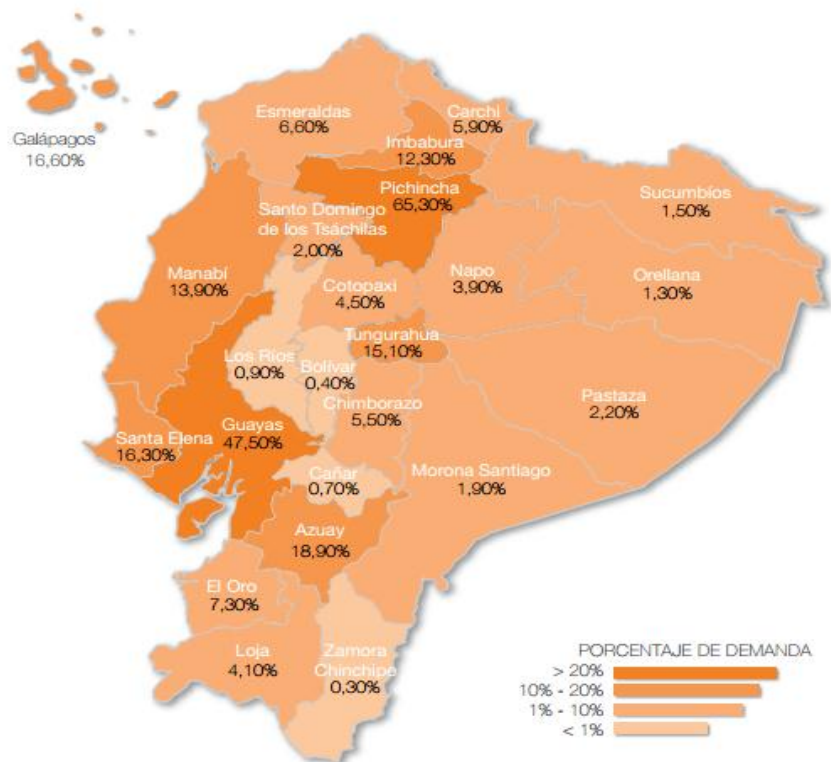
Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar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



Así mismo se ha constatado que no existe un agenciamiento turístico fortalecido en la parroquia de Aloasí, empresas privadas como Hostería La Granja ofrece a sus turistas servicio de tracking al volcán El Corazón, así mismo Tren Ecuador ofrece a sus turistas una visita a la estación de Machachi, estas son las únicas empresas que ofrecen una operación turística dentro de la parroquia.

### 3.3.5 Demanda y oferta turística

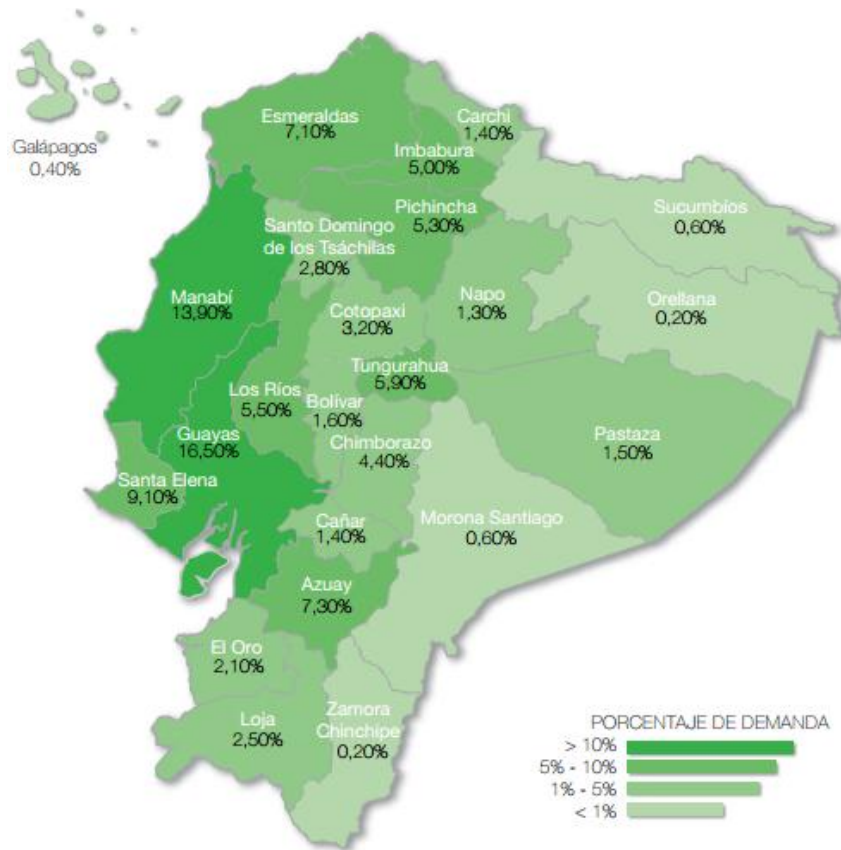
La demanda turística es la cantidad de servicios turísticos que se desean adquirir a distintos precios y depende de diversos factores, siendo el precio el más significativo.



**Figura N°7** Concentración de demanda extranjera  
**Fuente:** (Ministerio de Turismo, pág. 13)

Dentro de porcentajes a nivel internacional se ha observado que la provincia de Pichincha es la que posee la mayor demanda de turistas extranjeros,

los mismos que tienen un gasto estimado de “1000 dólares y una estadía promedio de 14 días por turista” (Ministerio de Turismo, pág. 13), esto ha dado una clara idea de que la parroquia de Aloasí al encontrarse en esta provincia tiene grandes oportunidades de darse a conocer y aumentar sus ingresos con la llegada de turistas extranjeros.



**Figura N°8** Concentración de demanda nacional  
**Fuente:** (Ministerio de Turismo, pág. 13)

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

Se entiende por oferta turística al conjunto de bienes tangibles como los atractivos naturales o culturales y servicios turísticos como alojamiento y alimentación; y el conjunto de bienes intangibles que son ofertados al turista para promover su visita.

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

### **3.3.6 Atractivos turísticos**

“Los atractivos turísticos son los recursos que genera el desplazamiento de los turistas desde su lugar de origen, cuentan con actividades y equipamiento para la satisfacción del turista. “ (Cuaderno de diseño de circuitos, 2013)

Los atractivos turísticos pueden ser permanentes o temporales a lo largo de la historia pero para su estudio se ha dividido en dos grandes grupos: Atractivos Naturales y Atractivos Culturales.

Se entiende por atractivos naturales aquellos que fueron creados por la naturaleza, y que no han sido intervenidos por la mano del hombre, manteniendo sus características originales.

Dentro de los atractivos culturales son todos aquellos que han sido intervenidos o creados por el hombre y los cuales han trascendido a lo largo del tiempo perdurando en la mente de las personas.

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

**Tabla N° 17** Jerarquización de los Atractivos Turísticos

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

**Fuente:** Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA , 2013  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto

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

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

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

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

(Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA , 2013)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de la investigación**

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación se utilizó el tipo de investigación descriptiva ya que se analizó como variable dependiente la escasa promoción y publicidad turística que corresponde al problema central y la variable independiente que es la causa de mayor relevancia que corresponde a la falta estrategias de promoción.

El diseño de la investigación planteado para el trabajo de titulación se basó en procesos cuantitativos y cualitativos, a través del uso de instrumentos de recolección de datos como encuestas los mismos que fueron trasladados a datos estadísticos, entrevista la cuál fue realizada al teniente político y a la presidenta de la parroquia de Aloasí que son expertos en el tema y observación de campo con la elaboración de las respectivas fichas de levantamiento de atractivos que son utilizadas por la OEA.

#### **3.2 Universo y muestra**

La población que fue objeto de investigación fue de 9686 el número de habitantes que correspondieron a la zona de Aloasí según datos del INEC del Censo de 2010 con lo cual se constituyó el universo de la población, donde:

**N=** Número de habitantes (9686)

**p=** 0,50

**q=** 0,50

$$E= 0,05$$

$$K= 2$$

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right) + p * q}$$
$$n = \frac{9686 * 0,50 * 0,50}{(9686 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right) + 0,50 * 0,50}$$
$$n = \frac{9686 * 0,25}{(9685)(0,000625) + 0,25}$$
$$n = \frac{2421,50}{6,053125 + 0,25}$$
$$n = \frac{2421,50}{6,303125}$$
$$n = 384,17$$
$$n = 384$$

### 3.3 Instrumento de recolección de datos

Para la investigación se utilizó los siguientes instrumentos:

- **Encuesta:** Se utilizó esta técnica que constó de 11 preguntas, distribuidas de la siguiente manera 4 preguntas cerradas, 1 pregunta abierta, 2 preguntas mixtas y 4 aleatorias o de opción múltiple. (Ver Apéndice B).
- **Observación de Campo:** Se utilizó esta técnica de investigación para la obtención de información de campo, mediante fichas de levantamiento de información según la OEA. (Ver Anexo 1).
- **Entrevista:** Se utilizó esta técnica que constó de 11 preguntas que se aplicaron a expertos en el tema dentro del GAD parroquial. (Ver Apéndice C).

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

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

- **Encuesta:** Se desarrolló de preferencia los días entre semana porque fueron el momento de mayor afluencia de personas a las que se pudo aplicar.
- **Observación de Campo:** La observación se realizó los días entre semana porque fue el momento de mayor encuentro con las personas para visitar los atractivos.
- **Entrevista:** Se aplicó a las autoridades como el teniente político y la presidenta del GAD parroquial, en un día laborable es decir de lunes a viernes por la tarde.

### **3.5 Procesamiento y análisis de datos**

Los datos fueron tabulados y procesados a través de un software de Windows y Excel 2007, obteniendo datos porcentuales y promediales.



## IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 4.1 Presentación gráfica de resultados

#### 4.1.1 Tabulación de las encuestas

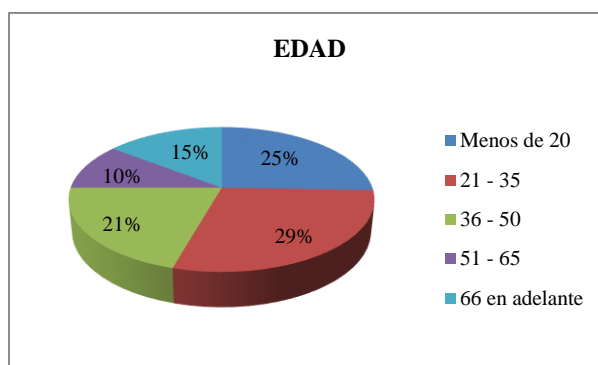
Como herramienta de recolección de datos se utilizó las encuestas, que permitieron conocer opiniones de la población de Aloasí, permitiendo recopilar información vital para la investigación.

#### Información general: Edad

**Tabla N°19** Frecuencia de edad

RANGOS DE EDAD		
Menos de 20	98	25%
21 - 35	111	29%
36 - 50	79	21%
51 - 65	40	10%
66 en adelante	56	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°9** Frecuencia de edad

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

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

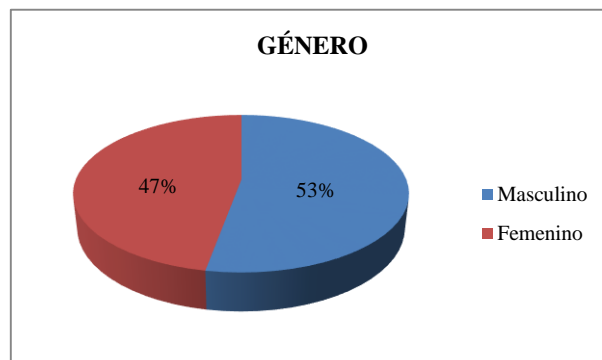
## Información general: Género

**Tabla N°20** Frecuencia de género

GÉNERO		
Masculino	203	53%
Femenino	181	47%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N° 10** Frecuencia de género

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

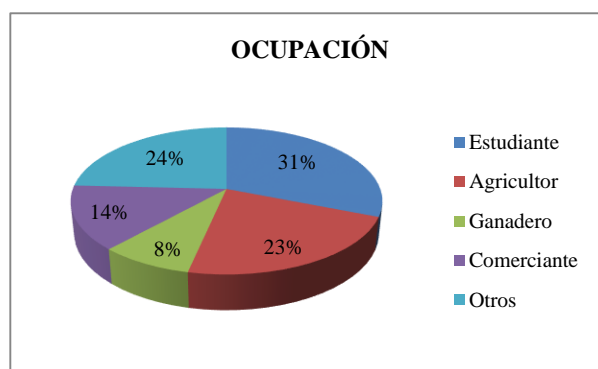
**Interpretación:** De los pobladores encuestados en la parroquia de Aloasí se determina que el 53% corresponden al género masculino, seguido del 47% que corresponde al género femenino.

## Información general: Ocupación

**Tabla N°21** Frecuencia de ocupación

OCUPACIÓN		
Estudiante	119	31%
Agricultor	86	23%
Ganadero	32	8%
Comerciante	54	14%
Otros	93	24%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°11** Frecuencia de ocupación

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

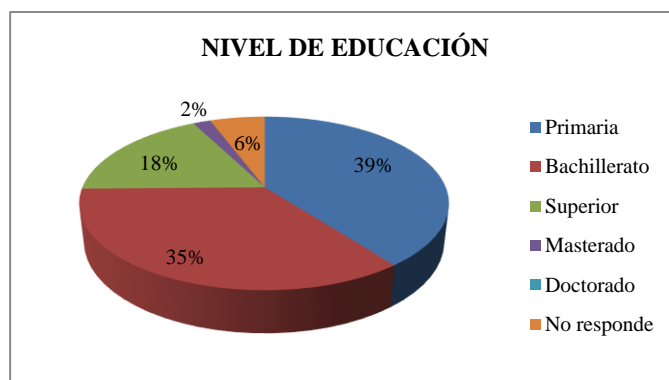
**Interpretación:** Del total de encuestados en la parroquia de Aloasí se determina que en su mayoría son estudiantes con un 31% debido a que ellos han demostrado la mayor presencia en las calles de la parroquia entre semana y fines de semana, seguido del 24% correspondiente a otros como choferes, albañiles, profesores, secretarias, el 23% corresponde a agricultores, un 14% determinados como comerciantes y un 8% dedicados a la actividad ganadera.

## Información general: Nivel de educación

**Tabla N°22** Frecuencia de nivel de educación

NIVEL DE EDUCACIÓN		
Primaria	152	39%
Bachillerato	135	35%
Superior	68	18%
Masterado	7	2%
Doctorado	0	0%
No responde	22	6%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°12** Frecuencia de nivel de educación

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

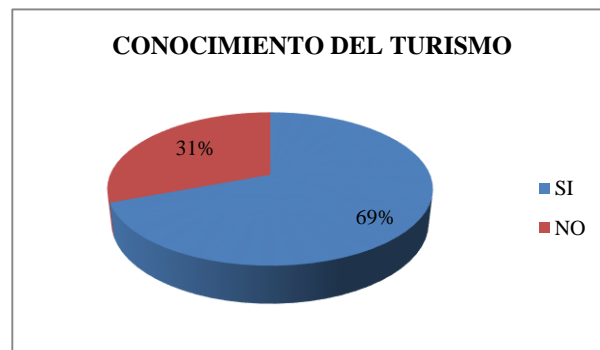
**Interpretación:** Del número de la muestra, la mayor parte tienen un nivel de educación primaria con un 39%, seguido del 35% correspondiente al nivel de Bachillerato, un 18% que corresponde a un nivel superior de educación, las personas que no respondieron se entiende que no poseen un nivel de educación que es del 6% y un 2% de los pobladores encuestados han realizado un masterado.

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

**Tabla N°23** Personas que conocen lo que involucra el turismo

CONOCIMIENTO DEL TURISMO		
SI	266	69%
NO	118	31%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°13** Personas que conocen lo que involucra el turismo  
**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Interpretación:** Del total de pobladores encuestados el 69% afirman conocer lo que involucra el turismo y el 31% desconocen lo que involucra el turismo.

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

**Tabla N°24** Personas que practican o realizan turismo

PERSONAS QUE PRACTICAN TURISMO		
SI	216	56%
NO	168	44%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°14** Personas que practican o realizan turismo  
**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

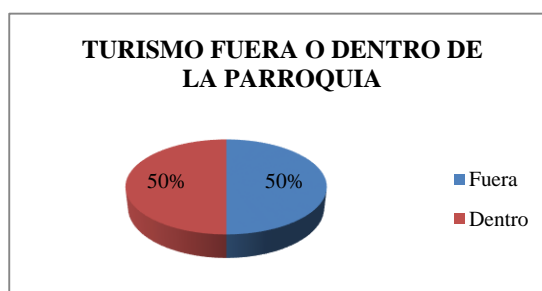
**Interpretación:** Dentro de las personas encuestadas el 56% afirman que practican el turismo, y el 44% niegan el practicar turismo.

Las personas que respondieron de forma afirmativa a la pregunta, especifican si el turismo que practican es dentro o fuera de la parroquia.

**Tabla N°25** Personas que practican turismo fuera o dentro de la parroquia

Fuera	50%
Dentro	50%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°15** Personas que practican turismo fuera o dentro de la parroquia  
**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

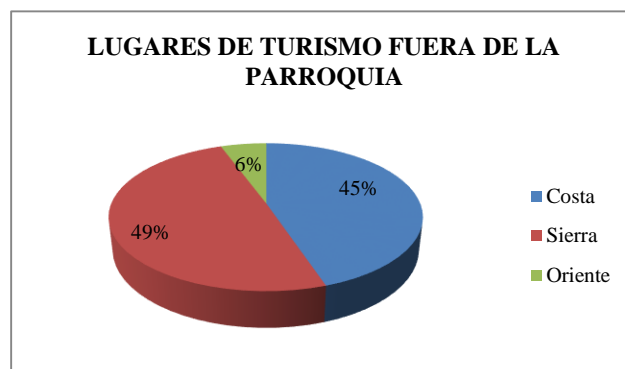
**Interpretación:** De la misma manera existe una equidad entre las personas que realizan turismo dentro y fuera de la parroquia con un 50% por cada uno.

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

**Tabla N°26** Lugares de turismo a visitar fuera de la parroquia

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

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°16** Lugares de turismo a visitar fuera de la parroquia  
**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

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

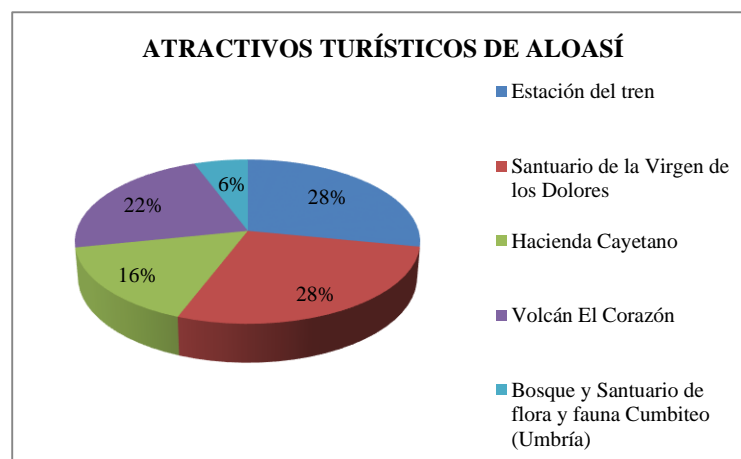
**Pregunta 3** ¿Conoce algún atractivo turístico en la parroquia de Aloasí?

**Tabla N°27** Atractivos turísticos de Aloasí

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

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°17** Atractivos turísticos de Aloasí

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

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



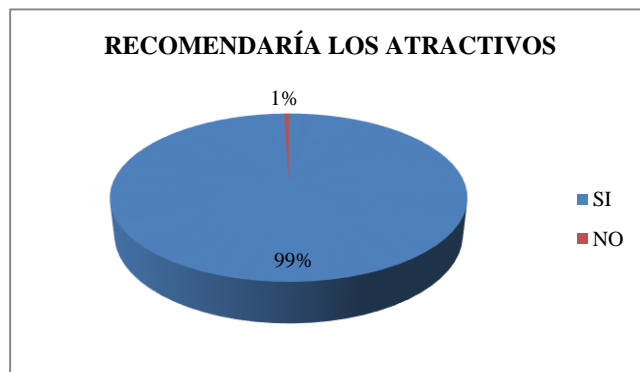
**Pregunta 4** ¿Recomendaría visitar estos atractivos turísticos?

**Tabla N°28** Recomendaría visitar los atractivos

RECOMENDARÍA LOS ATRACTIVOS		
SI	382	99%
NO	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°18** Recomendaría visitar los atractivos

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

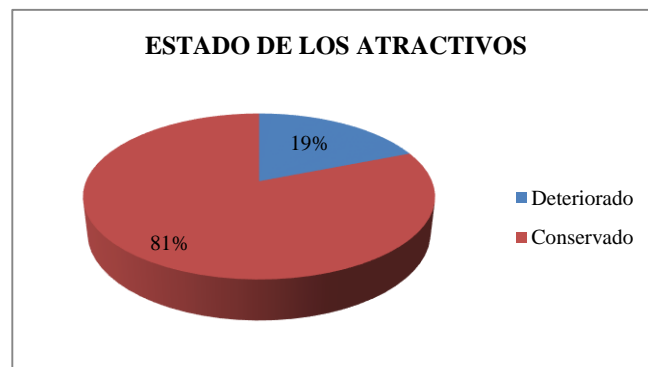
**Interpretación:** Del total de personas encuestadas afirman que sí recomendarían visitar los atractivos turísticos representados con el 99%, seguido del 1% afirman que no recomendarían la visita a los atractivos turísticos.

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

**Tabla N°29** Estado de los atractivos turísticos

ESTADO DE LOS ATRACTIVOS		
Deteriorado	73	19%
Conservado	311	81%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°19** Estado de los atractivos turísticos

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

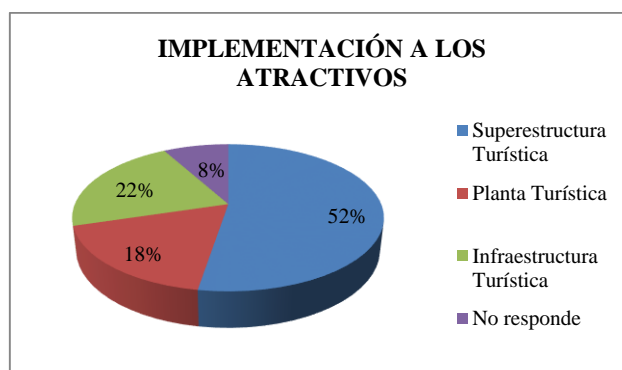
**Interpretación:** De las personas encuestadas el 81% afirman que los atractivos turísticos se encuentran conservados, mientras que el 19% contestaron que los atractivos turísticos se encuentran deteriorados.

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

**Tabla N°30** Implementación para la visita a los atractivos

IMPLEMENTACIÓN PARA LA VISITA A LOS ATRACTIVOS		
Superestructura Turística	202	52%
Planta Turística	68	18%
Infraestructura Turística	83	22%
No responde	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°20** Implementación para la visita a los atractivos

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Interpretación:** El total de encuestas realizadas demuestran que la mayor cantidad de personas determinan que debe existir mayor apoyo en la superestructura turística en el aspecto de publicidad, señalización y conservación de los atractivos con un 52%, seguido del 22% que opinan que se debe implementar infraestructura turística como el mejoramiento en servicios básicos, conservación y mejoramiento en vías de acceso a la parroquia, el 18% del total de encuestados determinan la implementación en la planta turística como agencias de viaje y guías nativos para el turista y el 8% de las personas encuestadas no responde acerca de la implementación para la mejora a los atractivos turísticos.

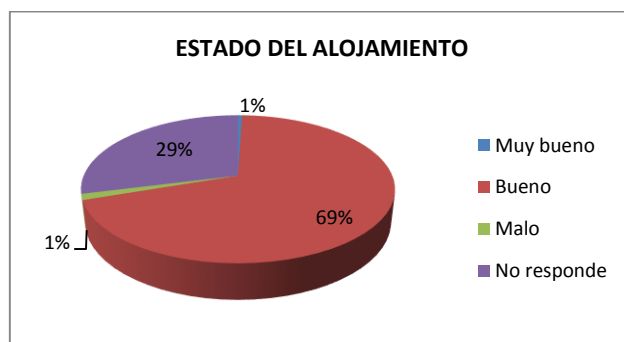
**Pregunta 7** ¿En qué estado se encuentra la planta turística de la parroquia?

**Alojamiento:**

**Tabla N°31** Estado del Alojamiento

ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (ALOJAMIENTO)		
Muy bueno	2	1%
Bueno	266	69%
Malo	5	1%
No responde	111	29%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>71%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°21** Estado del Alojamiento

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

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

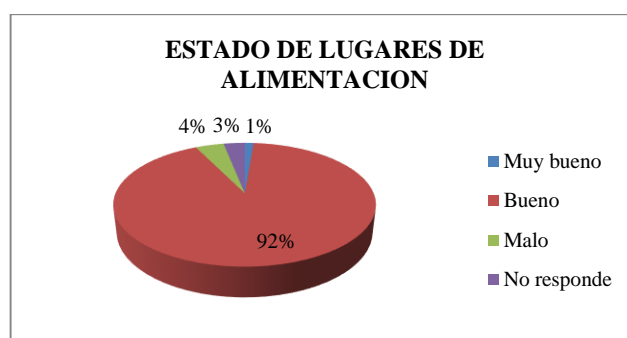
## Alimentación:

**Tabla N°32** Estado de lugares de alimentación

ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (ALIMENTACION)		
Muy bueno	5	1%
Bueno	351	95%
Malo	16	4%
No responde	12	29%
<b>TOTAL</b>	<b>372</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°22** Estado de lugares de alimentación

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Interpretación:** Un 92% del total de encuestados opinan que los lugares de alimentación reúnen las condiciones necesarias, seguido del 4% que determinan que estos lugares son malos, en tercer lugar con el 3% no responde la pregunta y el 1% afirma que los lugares de alimentación son muy buenos.

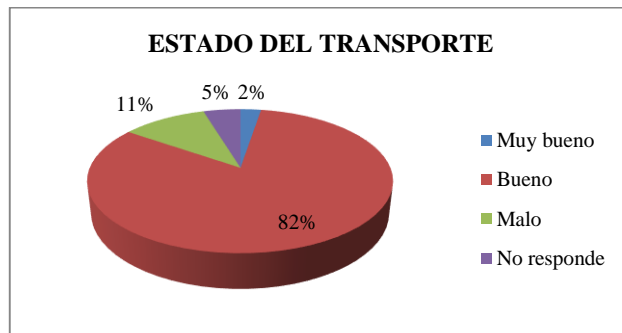
## Transporte:

**Tabla N°33** Estado del transporte

ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (TRANSPORTE)		
Muy bueno	10	1%
Bueno	315	95%
Malo	41	4%
No responde	18	29%
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°23** Estado del transporte  
**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

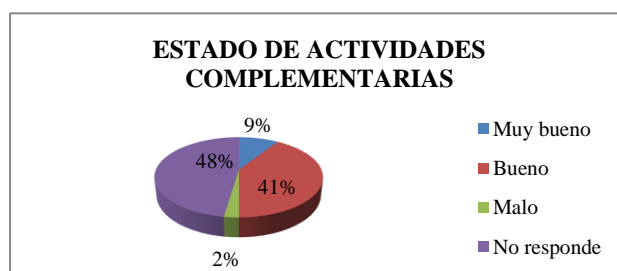
**Interpretación:** El 82% afirma que el transporte en la parroquia satisface la necesidad de los pobladores, en segundo lugar tenemos el 11% que opina el transporte es muy deficiente, en tercer lugar con el 5% no responde a la pregunta y un 2% responde que el transporte de la parroquia cubre por completo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

**Actividades complementarias:**

**Tabla N°34** Estado de actividades complementarias

ESTADO DE LA PLANTA TURÍSTICA (ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS)		
Muy bueno	35	9%
Bueno	157	41%
Malo	9	2%
No responde	183	48%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°24** Estado de actividades complementarias  
**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Interpretación:** Dentro de actividades complementarias tenemos alquiler de caballos, bicicletas, cuadrones entre otros, en base a esto en primer lugar con un 48% no responden debido a que muchas de ellas nunca han usado un servicio complementario, seguido del 41% que opinan que son buenos estos servicios, el 9% afirman que son muy buenos los servicios y un 2% determina que son malos los diferentes servicios complementarios.

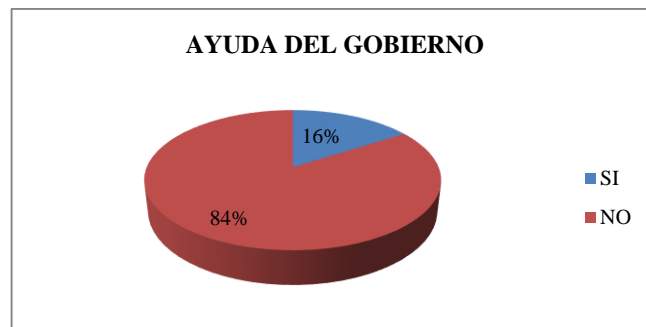
Dentro de las encuestas realizadas existen personas que no escogieron alguna opción es por eso que se ha optado por determinar en una opción en cada gráfico que no responde, además se ha determinado que dentro de la parroquia de Aloasí no existen agencias de viaje ni servicios de guianza, por lo que las personas encuestadas no han seleccionado alguna opción dentro del formato de encuesta realizada.

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

**Tabla N°35** Ayuda del Gobierno

AYUDA DEL GOBIERNO CENTRAL		
SI	61	16%
NO	323	84%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°25** Ayuda del Gobierno

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Interpretación:** Se determina que del total de personas encuestadas afirman que no existe un apoyo por parte del gobierno central con un 84%, seguido del 16% que opina que si existe un apoyo del gobierno central hacia la parroquia de Aloasí.

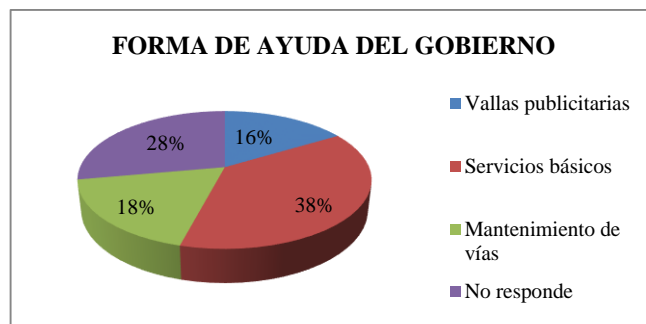
Las personas que respondieron que el gobierno central si ayuda en la actividad turística en Aloasí, detallan de que manera han observado la ayuda.

**Tabla N°36** Forma de ayuda del Gobierno

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

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto





**Figura N°26** Forma de ayuda del Gobierno

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

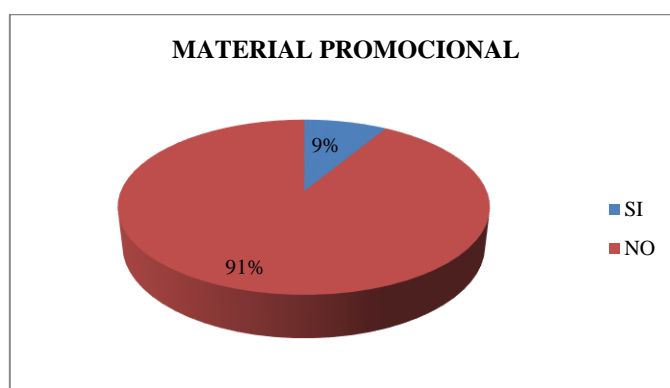
**Interpretación:** Las personas que contestaron de forma positiva a la pregunta especificaron la manera como el gobierno ayuda a la parroquia lo que demuestra que la mayor cantidad de personas con el 38% piensan que existe la ayuda con el mantenimiento en los servicios básicos, seguido del 28% que no responden, en tercer lugar con el 18% afirman que ayudan con un mantenimiento en las vías existentes y el 16% responde que existe ayuda con la implementación de algunas vallas publicitarias.

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

**Tabla N°37** Material promocional de la parroquia

MATERIAL PROMOCIONAL		
SI	33	9%
NO	351	91%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°27** Material promocional de la parroquia

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

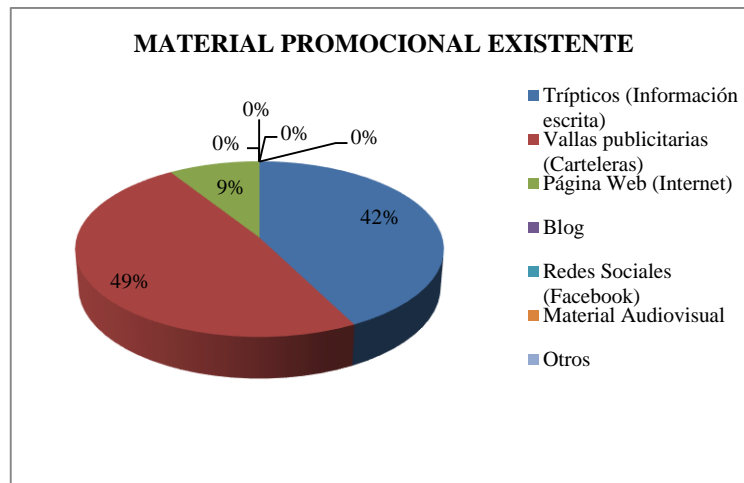
**Interpretación:** Del total de encuestas realizadas denotan que el 91% de las personas encuestadas no conocen material promocional turístico de la parroquia y el 9% afirma que si ha visto material promocional de turismo en Aloasí.

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

**Tabla N°38** Tipos de material promocional existente

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

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
**Elaborado por:** Fernando Gualoto



**Figura N°28** Tipos de material promocional existente

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

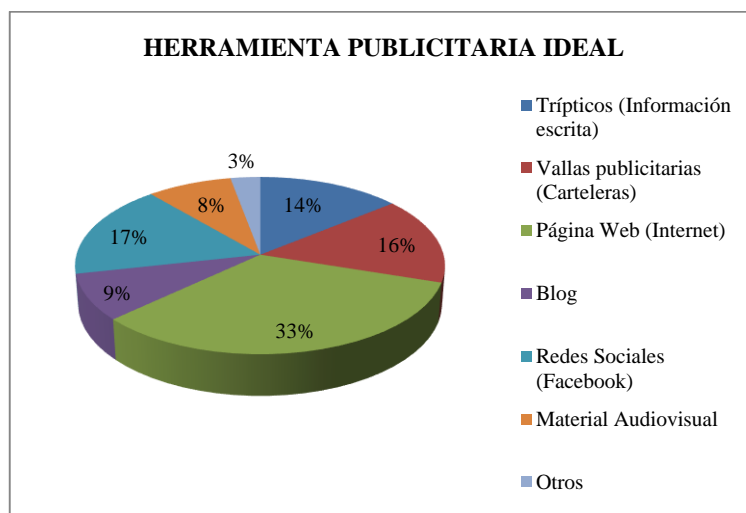
**Interpretación:** Las persona que contestaron que si existe material turístico promocional de la parroquia afirman en un 49% que existen vallas publicitarias o conocidas como carteleras para la promoción turística, seguido del 42% que conoce la existencia de trípticos y un 9% que observado algún tipo de información en el Internet.

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

**Tabla N°39** Forma ideal de publicidad

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

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí  
Elaborado por: Fernando Gualoto



**Figura N°29** Forma ideal de publicidad

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia de Aloasí

**Interpretación:** Del total de personas encuestadas el 35% opina que la mejor herramienta publicitaria es una página web (internet) debido a que este tipo de herramienta puede ser vista por personas en todo el mundo, seguido de redes sociales como facebook con el 17%, en tercer lugar con el 16% piensan que la mejor forma son las vallas publicitarias, el 14% afirma que el tríptico es una buena forma de promocionar a la parroquia, el 8% considera que material

audiovisual ayudaría a promocionar de mejor manera el turismo y un 3% opina que se debe implementar otras formas de promoción turística como promoción en radio y televisión.

## 4.2 Análisis e interpretación de resultados

### 4.2.1 Levantamiento de fichas

### 4.2.2 Ficha de núcleo poblacional

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL			
<b>1. LOCALIDAD</b> PARROQUIA DE ALOASÍ	<b>2. FICHA</b> N: 01	<b>3. FICHAS</b> <b>ASOCIADAS</b>	
<b>4. ACCESO</b>	<b>5. Desde</b> QUITO	<b>6. Vía, tipo y estado</b> PRIMER ORDEN, BUENO	<b>7. tiempo y medio de transporte</b> 45 MIN, AUTOMÓVIL, BUS
<b>8. BREVE DESCRIPCIÓN</b>			
<p>Los primeros habitantes en esta zona antes de la época pre hispánica y pre incaica fueron la cultura de los panzaleos, una cultura caracterizada especialmente por el detalle en su cerámica.</p> <p>Con la aparición de los kitus karas se realizaron alianzas entre los dos pueblos prevaleciendo hasta la actualidad las raíces de estos pueblos milenarios.</p> <p>Este pueblo indígena está presente en la parroquia de Aloasí, tienen como eje productivo la agricultura, producción que se la realiza tanto para el consumo propio de sus comunidades y como para el mercado nacional e internacional; la primera es una agricultura extensiva encaminada tanto a satisfacer sus necesidades propias como para llegar al mercado interprovincial, entre los productos destinados a este proceso están: maíz, hortalizas, papas, cereales, aguacate y otras frutas. En cambio la producción florícola realizada intensivamente, está destinada al mercado nacional y especialmente al mercado internacional.</p> <p>Estas actividades son complementadas con labores ganaderas y artesanales que complementan el ingreso económico de las familias que son parte de este pueblo.</p> <p>Otras actividades que permiten la obtención de ingresos son las ventas ambulantes y la migración nacional e internacional.</p>			
<b>9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS</b>			
Dentro de los principales recursos son ganaderos y agrícolas como: Papa, Oca, Tomate de árbol, Melloco, Ashpa chocho, Taxo. Capulí, Sábila, Higo, Quinoa y como principales atractivos turísticos se encuentran: Volcán El Corazón, Estación del Tren de Machachi, Bosque y Santuario de Flora y Fauna Cumbiteo (Umbría), Santuario de la Virgen de los Dolores			
<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	
<b>R. Naturales</b>	Montaña Bosques	Volcanes Páramo	
<b>R. Culturales</b>	Lugares Históricos Lugares Históricos Históricos	Arquitectura Religiosa Arquitectura Civil Fiestas Religiosas	
<b>R. Etnográficos</b>			
<b>Realizaciones Técnicas</b>	Realizaciones Técnicas y	Explotaciones Agropecuarias	


	Científicas	
<b>Realizaciones Programadas</b>	Acontecimientos Programados	Artísticos
<b>10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES</b>		
○ Transporte públicos	SI	
○ Gasolineras	NO	
○ Teléfono Publico	SI	
○ Oficina bancaria	SI	
○ Cajero	NO	
○ Centro de salud	NO	
○ Primeros auxilios	NO	
○ Farmacia	SI	
○ Seguridad	NO	
○ Centros escolares	SI	
○ Centros culturales	NO	
○ Centros deportivos	SI	
○ Espacios recreativos	SI	
○ Otros	NO	
<b>11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO</b>		
<b>Alojamiento</b>	N 5	<b>Tipo</b> Hostales
<b>Restaurantes</b>	N 2	<b>Tipo</b> Restaurantes
<b>Otros lugares de comida</b>	N NO	<b>Tipo</b> NO
<b>Empresas de actividades recreativas</b>	N NO	<b>Tipo</b> NO
<b>Empresas receptivo</b>	N NO	<b>Tipo</b> NO
<b>Otros</b>	N NO	<b>Tipo</b> NO
<b>12. OFICINA ITUR MAS PROXIMA:</b>		
<b>Fechas de apertura:</b> Lunes - Sábado		<b>Horários:</b> 09:00 – 16:00 (Lun – Vier), 10:00 – 13:00 (Sáb)
<b>13. PRINCIPALES PROBLEMAS</b>		
○ Señalización	NO	
○ Accesos	NO	
○ Información	SI	
○ Conservación urbana	SI	
○ Saneamiento	NO	
○ Circulación	NO	
○ Limpieza y recogida de basura	NO	
○ Seguridad	SI	
○ Otros	NO	
<b>14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS</b>		
Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía		
<b>15. Realizado por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> 12 de Mayo 2014

### 4.2.3 Fichas de atractivos

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1. NOMBRE:</b> ESTACIÓN DEL TREN DE MACHACHI	<b>2. FICHA N:</b> 01	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA:</b> MUSEOS Y MANIFESTACION ES CULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> LUGAR HISTÓRICO <b>SUBTIPO:</b> ARQUITECTURA CIVIL		
<b>6. UBICACION:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi, Barrio la Estación			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde</b> Quito	<b>9. Vía, tipo y estado:</b> Asfaltado Primer y segundo orden, bueno	<b>10. medio de acceso:</b> Automóvil 4x4 o 4x2	<b>11 tiempo:</b> 55 min
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> La estación del tren Aloasi en conjunto con las personas de la comunidad recibe a los turistas con un espectáculo de danza nacional, es la última parada en ruta turística en tren llamado Machachi Festivo, que parte a las 8:15 desde la estación de Chimbacalle, la ruta tiene una distancia de 40 km de recorrido y el tiempo es de 8 horas, se puede disfrutar de hermosos paisajes y la majestuosidad de los Andes. Este sendero le brindará al visitante la oportunidad de conocer aspectos relacionados con la ecología del páramo y del bosque andino, tomar contacto con especies vegetales nativas como el sachapulí, piquil, tigrecillo, pucunero, pumamaqui, quishuar y los exóticos pinos plantados en 1928. Al final del sendero está El Boliche, una hondonada rodeada de vegetación nativa que le da el nombre a esta área protegida. Al llegar los visitantes en el Tren, tendrán la opción de realizar dicho recorrido partiendo desde el restaurante Nuna, donde son recibidos con una bebida caliente de cortesía; así una vez dadas las indicaciones del recorrido, se iniciará el tramo que dura aproximadamente 40 minutos, con un guía profesional de montaña, quien brindará a los excursionistas toda la experiencia de un recorrido por los bosques andinos y páramos de la zona.			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Valor histórico por su arquitectura Espectáculo de danza nacional			
<b>14. HORARIOS</b> 08:00 - 16:00	<b>15. PRECIOS</b> 39 – 44 USD (costo del pasaje del tren)	<b>16. PROPIETARIO:</b> FERROCARRILES DEL ECUADOR <b>17. PERSONA CONTACTO:</b> José Ricardo peralta	
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b> <b>Semana:</b> Nacionales y extranjeros, 10 - 50 años <b>Fin de semana:</b> Nacionales y extranjeros 10 - 50 años <b>Feridos Largos:</b> Nacionales y extranjeros 10 - 50 años <b>Vacaciones:</b> Nacionales y extranjeros 10 - 50 años			
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b> TREN ECUADOR	<b>20 ACTIVIDAD</b> Ruta Andina	<b>21 CÓDIGO</b>	
<b>22. SERVICIOS</b>			
○ Estacionamiento		NO	
○ Comida		NO	
○ Alojamiento		NO	
○ Visitas guiadas		SI	
○ Talleres		NO	
○ Rutas auto guiadas		NO	

○ Señalización para llegar	SI
○ Señalización interna	SI
○ Limpieza y recogida de basura	SI
○ Servicios higiénicos	SI
○ Seguridad y Mantenimiento	SI
○ Venta de souvenir, información sobre el recurso	SI
○ Folletos	SI
○ Teléfono público	SI
○ Pago con tarjetas de crédito	SI
○ Otros	NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>	
Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía Ferrocarriles del Ecuador	
<b>25. OBSERVACIONES</b>	
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 12 de mayo del 2014



<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1. NOMBRE:</b> SANTURARIO DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES	<b>2. FICHA N°:</b> 02	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA:</b> MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> LUGARES HISTORICOS <b>SUBTIPO:</b> ARQUITECTURA RELIGIOSA		
<b>6. UBICACIÓN:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde:</b> Quito	<b>9. Vía, tipo y estado:</b> Primer orden, bueno	<b>10. Medio de acceso:</b> Automóvil, bus	<b>11. Tiempo:</b> 50 min
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<p>La Edificación del templo de la localidad viene desde la época de La Colonia cuando se organiza la administración doctrinaria con la creación de Parroquias Eclesiásticas a cargo de los misioneros. Quienes promovieron en villas y anejos, la construcción de oratorios y la primera capilla estarían relacionados con la línea genérica en dirección oriente-occidente, como un rectángulo cerrado alto, con paredes de adobe, bareque y la cubierta de paja.</p> <p>Las erupciones del Pichincha en septiembre de 1575 y agosto de 1589 y también del Cotopaxi en 1877, dejaron secuelas y normas para futuros diseños de los templos.</p> <p>En el siglo XX y en la década de los cuarenta encontramos el entusiasmo del Párroco, doctor Víctor Aníbal Velasco que obtuvo la ayuda de planos elaborados por el Ing. Tufiño del IGM. Se formó un Comité Especial que recabó ayuda de la comunidad.</p> <p>La Iglesia se construyó un bloque de 75 metros de fondo por 12 de frente; constaba de tres naves con pilastras o columnas abultadas para espaciar los arcos y abrir la nave central que termina en bóvedas. En diferentes épocas se han ido completando el interior con 5 altares pequeños laterales, dos confesionarios, púlpito, oleografías.</p> <p>A través de la gestión de Monseñor Carlos Altamirano dilecto hijo de la Parroquia, en septiembre de 1997 se procedió al cambio total del retablo y consiguió que el templo sea declarado Santuario Mariano, con la colaboración del Padre Marcelo Chicaiza.</p> <p>Todo el primer bloque descansa en un mesón compacto. De frente semeja un lienzo con líneas horizontales con incrustaciones decorativas con ritmo sencillo, sobre el cual se asienta el gran retablo que se sobrepone en dos bloques estilo dórico y latino con inclinación a barroco, por la variedad de apliques. En el segundo bloque se destacan cuatro columnas laterales, que da robustez a las urnas de las imágenes: Las columnas con torneados, perfilados, circulares abajo y arriba, nacen sencillas y rectas terminando en soportes incrustados en capitales con horizontalidad. En el centro está el Sagrario, sobre el cual se destaca el dosel para la custodia. En este espacio hacia arriba junto a las columnas interiores existen dos planos de retablos alargados con adornos de relieve y de dulcificante enchapado con múltiples labrados. Las bases salen alternas para sustentar las cuatro columnas e iluminar los corredores de las urnas de arriba. Las columnas mantienen la misma simetría arquitectónica. La urna central se proyecta solemne con puntos resistentes en el arco, coronada con el símbolo eterno. Aquí reina la sagrada imagen de Nuestra Señora de los Dolores, en cuyo honor se ha difundido junto a su devoción, una plegaria con música del inspirado compositor Luis Estévez Calvachi. El altar es un conjunto solemne y majestuoso con recursos arquitectónicos, con sentido dórico – latino en escala y proporción bien definidas.</p>			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b>			
Uso litúrgico ceremonial, además de visitas y de observaciones de la arquitectura y obras de arte que posee el santuario			
<b>14. HORARIOS</b> Domingo (8-9 am)	<b>15. PRECIOS</b> Sin costo	<b>16. PROPIETARIO:</b> Curia de la parroquia <b>17. PERSONA CONTACTO:</b> Curia de la parroquia	

<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>		
Semana: Nacionales de 4 - 60 años		
Fin de semana: Nacionales de 4 - 60 años		
Feriados Largos: Nacionales de 4 - 60 años		
Vacaciones: Nacionales de 4 - 60 años		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>
<b>22. SERVICIOS</b>		
<input type="radio"/> Estacionamiento		NO
<input type="radio"/> Comida		NO
<input type="radio"/> Alojamiento		NO
<input type="radio"/> Visitas guiadas		NO
<input type="radio"/> Talleres		NO
<input type="radio"/> Rutas auto guiadas		NO
<input type="radio"/> Señalización para llegar		SI
<input type="radio"/> Señalización interna		NO
<input type="radio"/> Limpieza y recogida de basura		SI
<input type="radio"/> Servicios higiénicos		NO
<input type="radio"/> Seguridad y Mantenimiento		SI
<input type="radio"/> Venta de souvenir, información sobre el recurso		NO
<input type="radio"/> Folletos		NO
<input type="radio"/> Teléfono público		NO
<input type="radio"/> Pago con tarjetas de crédito		NO
<input type="radio"/> Otros		NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS:</b>		
Gobierno A.D. Parroquia de Aloasi		
Dirección de Turismo Gobierno A.D. Municipalidad del Cantón Mejía		
<b>25. OBSERVACIONES</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> 12 de mayo de 2014



○ Señalización para llegar	SI
○ Señalización interna	SI
○ Limpieza y recogida de basura	SI
○ Servicios higiénicos	SI
○ Seguridad y Mantenimiento	SI
○ Venta de souvenir, información sobre el recurso	SI
○ Folletos	SI
○ Teléfono público	SI
○ Pago con tarjetas de crédito	SI
○ Otros (Alquiler de material para realizar actividades)	SI
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>	
<a href="http://www.facebook.com/pages/Agri-San-Cayetano/195128787223443">http://www.facebook.com/pages/Agri-San-Cayetano/195128787223443</a>	
Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía, INAMHI	
<b>25. OBSERVACIONES</b>	
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 12 de mayo de 2014

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1. NOMBRE:</b> VOLCÁN EL CORAZÓN	<b>2. FICHA N:</b> 04	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA</b> SITIOS NATURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> MONTAÑA <b>SUBTIPO:</b> ALTA MONTAÑA		
<b>6. UBICACIÓN:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8. Desde</b> Quito	<b>9. Vía, tipo y estado:</b> Tercer orden	<b>10 Medio de acceso</b> Camionetas 4x4	<b>11 Tiempo</b> 1:30
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> <p>El Corazón es un volcán inactivo pero cuyos últimos estudios revelan actividad holocénica en los últimos 12.000 años. El volcán en sí es una caldera erosionada y abierta hacia el noroccidente, el cráter se ha convertido en un profundo barranco para formar el río Negro.</p> <p>Hacia el este del volcán se encuentra un pequeño cerro denominado la Moya 3.522 m.s.n.m podría ser un cono de escorias adventicio. Importante resaltar la presencia de construcciones indígenas cercanas denominadas "pucarás" y que sirvieron como fuertes militares.</p> <p>En este lugar existen ruinas previas a la conquista española en las laderas del noreste, aun cuando están olvidadas aún deben ser investigadas en profundidad.</p> <p>Al sur de Quito puede encontrar este volcán, que deriva su nombre del flanco occidental que, visto de lejos parece un corazón.</p> <p>El nombre de la montaña viene de las dos canales existentes en la ladera NO, las cuales vistas a distancia, parecen unirse para dar la forma de un corazón.</p> <p>Esta montaña se encuentra ubicada a 62,2 kilómetros de Quito y 22,2 de Aloasi, Con una altura de 4.788. Posee una temperatura media anual de 12° C. Invierno: Noviembre-Febrero y Verano: Marzo-Octubre En lo que respecta a la flora en este se puede observar plantas tales como: gramíneas, pajonal, chilcas. Además asociaciones en almohadilla</p> <p>En cuanto a la fauna de la zona, se encuentran zorros, raposas, conejos de monte, gaviota, curiquingue, gavilanes, lechuzas, colibrí, murciélagos y chucuris, entre otros.</p>			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Ascensión. escalada , caminatas			
<b>14. HORARIOS</b> Cualquier hora	<b>15. PRECIOS</b> Sin costo	<b>16. PROPIETARIO:</b> <b>17. PERSONA CONTACTO</b>	
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b> <b>Semana:</b> <b>Fin de semana:</b> Nacionales y extranjeros, 18 - 25 años <b>Feriados Largos:</b> Nacionales y extranjeros, 18 - 25 años <b>Vacaciones:</b> Nacionales y extranjeros, 18 - 25 años			
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>	
<b>22. SERVICIOS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Comida</li> <li>○ Alojamiento</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Talleres</li> <li>○ Rutas auto guiadas</li> <li>○ Señalización para llegar</li> <li>○ Señalización interna</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Servicios higiénicos</li> <li>○ Seguridad y Mantenimiento</li> </ul>			NO NO NO NO NO NO NO NO NO NO NO

○ <b>Venta de souvenir, información sobre el recurso</b>	SI
○ <b>Folletos</b>	SI
○ <b>Teléfono público</b>	NO
○ <b>Pago con tarjetas de crédito</b>	NO
○ <b>Otros</b>	NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
EXISTENCIA DE DESPERDICIOS EN MEDIO DEL CAMINO	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>	
Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía Junta parroquial	
<b>25. OBSERVACIONES</b>	
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 12 de mayo de 2014


FICHA DE ATRACTIVOS			
<b>1.NOMBRE:</b> BOSQUE Y SANTUARIO DE FLORA Y FAUNA CUMBITEO (UMBRIA)	<b>2. FICHA N:</b> 05	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA</b> SITIOS NATURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> BOSQUES <b>SUBTIPO:</b> PÁRAMO		
<b>6.UBICACIÓN:</b> Pichincha, Mejía, Aloasi y el Chaupi, Umbría			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde</b> Quito	<b>9.Vía, tipo y estado:</b> Segundo y tercer orden, bueno y regular	<b>10 Medio de acceso</b> Automóvil, bus	<b>11 Tiempo</b> 1:30
<b>12. DESCRIPCIÓN</b> Es el último remanente de Bosque Nativo Alto Andino, se encuentran en el flanco oriental del Volcán Corazón, es un refugio para varias especies de mamíferos y aves andinas, se ejecuta un Programa para contribuir a la protección proyecto para proteger fuentes de agua y biodiversidad a través de actividades de recreación, gracias a la gestión de la Fundación Ugshapamba y algunos propietarios del bosque, con el apoyo del Gobierno A.D., Municipalidad de Mejía. Universidad Tecnológica Equinoccial y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID. Este es un viejo bosque primario con plantas nativas que acoge al Ecoturismo en este sitio tan importante se ubica a 3000 msnm, y tiene una superficie de 17,4 km2, está en un barrio o sector que lleva el mismo nombre. Este se ubica en una hacienda que perteneció a Doña María Augusta Urrutia, quien recibió este lugar de su esposo Alfredo Escudero. Es un bosque donde se puede apreciar gran variedad de flora entre la que se puede resaltar hongos, helechos, musgos, orquídeas, broméleas, entre otras especies, dando paso a ser un sitio con gran potencial para el desarrollo de un turismo científico y recreacional.			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Sendero dificultad media 45 min Observación de flora y fauna Camping-alquiler de carpas Mirador Ruta para downhill Excursión Ciclismo turístico Paseo en caballo			
<b>14. HORARIOS</b> 24 horas	<b>15. PRECIOS</b> Adultos: 1,50 Niños: 1,00	<b>16. PROPIETARIO:</b> Hugo Huto <b>17. PERSONA CONTACTO:</b> Hugo Huto	
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b> <b>Semana:</b> No <b>Fin de semana:</b> Nacionales Y Extranjeros, 20 A 60 Años <b>Feriados Largos:</b> Nacionales Y Extranjeros, 20 A 60 Años <b>Vacaciones:</b> Nacionales Y Extranjeros, 20 A 60 Años			
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>	
<b>22. SERVICIOS</b>			
○ Estacionamiento			NO
○ Comida			NO
○ Alojamiento			NO
○ Visitas guiadas			NO
○ Talleres			NO
○ Rutas auto guiadas			NO
○ Señalización para llegar			NO
○ Señalización interna			NO
○ Limpieza y recogida de basura			NO
○ Servicios higiénicos			NO
○ Seguridad y Manteniendo			NO
○ Venta de souvenir, información sobre el recurso			NO

○ Folletos	SI
○ Teléfono público	NO
○ Pago con tarjetas de crédito	NO
○ Otros	NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>	
Dirección de Turismo de Gobierno A.D. Municipal del Cantón Mejía	
<b>25. OBSERVACIONES</b>	
<b>6. Realizada Por:</b> Fernando Gualato	<b>Fecha:</b> 12 de mayo de 2014



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

○ Alquiler de material para realizar actividades	NO
○ venta de souvenir, información sobre el recurso	NO
○ Folletos	NO
○ Teléfono público	NO
○ Pago con tarjetas de crédito	NO
○ Otros	NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>	
GAD Parroquial de Aloasí	
<b>25. OBSERVACIONES</b>	
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 19 de Junio 2014

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE:</b> PROCESIÓN DE LA VIRGEN DE LOS DOLORES	<b>2. FICHA N:</b> 07	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA:</b> MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> HISTÓRICOS <b>SUBTIPO:</b> FIESTAS RELIGIOSAS		
<b>6.UBICACIÓN:</b> Población de Aloasí			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde</b>	<b>9.Vía, tipo y estado</b>	<b>10 Medio de acceso</b>	<b>11 Tiempo</b>
<b>12. DESCRIPCIÓN</b>			
<p>La Virgen de los Dolores es considerada como la patrona de todo el Cantón Mejía, al declararse como patrona existe una fiesta que es conocida como la Procesión de la Virgen de los Dolores, realizada el 15 de Septiembre todos los años, para ello se elaboran un cronograma de fiesta denominada un novenario, los días antecedentes a la fiesta principal de su patrona.</p> <p>Realizan esta procesión desde el monumento al chagra (parque el chagra), seguido de la principal avenida de Machachi (amazonas), llegando al estadio el chagra, siguen hasta el acceso hasta la panamericana pasando por el puente a desnivel para salir a la avenida de ingreso a la parroquia de Aloasí. Dentro de esta hermosa y conocida procesión a la Virgen de los Dolores, cariñosamente le dicen “Mama Lolita”, debido a que todas las personas que se llaman Dolores le conocen como “Lolita” y a las personas de edad avanzada por respeto les dicen “Mama” de ahí esta interesante derivación, algo importante vale recalcar que dentro de esta procesión no existen personajes establecidos como en otras procesiones, al contrario lo que mueve a los habitantes es la fé a la imagen de la Virgen de los Dolores..</p> <p>La imagen del retablo mayor data del año 1600 al 1680 aproximadamente, antiguamente esta misma imagen era utilizada para la procesión del Viernes de Concilio siendo la víspera del Domingo de Ramos, hace 16 años al haberse nombrado como santuario a la iglesia de Aloasí, el cardinal Antonio González la declara como patrona oficial de todo el cantón.</p> <p>Así mismo existe una leyenda de la creación o parecimiento de la Virgen de los Dolores, se cuenta que un día un mular llegó al cantón de un largo viaje dejando cajas a lo largo de la Sierra Centro, entre estas las personas al momento de abrir las cajas se encontraban con esculturas como: El Señor de la Santa Escuela en Machachi, El señor del Buen Suceso en Riobamba, El Señor de la Buena Esperanza en San Agustín, encontrando gran similitud entre las tres imágenes, pero junto a la escultura de El Señor de la Santa Escuela en Machachi se encontraba la Virgen de los Dolores y al ver el baúl se encontraron con una imagen llorona, similar a los lamentos de la virgen en época de los calvarios, es así que se la adopta y se la coloca en el retablo mayor del santuario.</p>			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES</b>			
<b>14. HORARIOS</b> 08:00 – 10:00	<b>15. PRECIOS</b> Sin costo	<b>16. PROPIETARIO</b>	<b>17. PERSONA CONTACTO</b> Curia de la parroquia
<b>18. TIPO DE PUBLICO</b>			
<b>Semana</b>	NO		
<b>Fin de semana</b>	SI (de acuerdo al calendario de fiestas anuales)		
<b>Feridos Largos</b>	NO		
<b>Vacaciones</b>	NO		
<b>19. EMPRESAS QUE</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>	

<b>OPERAN</b>		
<b>22. SERVICIOS</b>		
○ Estacionamiento		NO
○ Comida		NO
○ Alojamiento		NO
○ Visitas guiadas		NO
○ Talleres		NO
○ Rutas auto guiadas		NO
○ Señalización para llegar		NO
○ Señalización interna		NO
○ Limpieza y recogida de basura		NO
○ Servicios higiénicos		NO
○ Seguridad y Manteniendo		NO
○ Alquiler de material para realizar actividades		NO
○ venta de souvenir, información sobre el recurso		NO
○ Folletos		NO
○ Teléfono público		NO
○ Pago con tarjetas de crédito		NO
○ Otros		NO
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>		
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS</b>		
Sr. Félix Padilla – Sacristán de la parroquia		
<b>25. OBSERVACIONES</b>		
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> 19 de Junio del 2014

<b>FICHA DE ATRACTIVOS</b>			
<b>1.NOMBRE:</b> DANZA Y MÚSICA EN VIVO NIÑO JESÚS DE PRAGA	<b>2. FICHA N:</b> 08	<b>3.FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. CATEGORÍA:</b> MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES	<b>5. TIPO Y SUBTIPO</b> <b>TIPO:</b> ETNOGRAFÍA <b>SUBTIPO:</b> MÚSICA Y DANZA		
<b>6.UBICACION:</b> Población Machachi y Aloasí			
<b>7. ACCESO</b>			
<b>8.Desde</b>	<b>9.Vía, tipo y estado:</b>	<b>10 medio de acceso:</b>	<b>11 tiempo:</b>
<b>12. DESCRIPCIÓN:</b> La creación del grupo se realizó el 7 de junio del 2009. Su directora es la señora Patricia Caiza, es ella quien realiza las coreografía, se presentan en la Estación del Ferrocarril de Machachi desde su rehabilitación en enero del 2103, al realizar este tipo de presentaciones artísticas se hace referencia a las creencias, prácticas y costumbres que son tradicionales de un pueblo o cultura, entre los bailes que se realizan tenemos el Baile de las Cintas: Los bailes ancestrales de los habitantes originarios del Ecuador en honor del sol y de la Paccha Mama (Madre Tierra), se mezclaron hace 500 años con una danza traída al Nuevo Mundo desde el Viejo Mundo por los conquistadores españoles, otro de estos es El yumbo y el danzante son preincásicas y se las practicaba en la adoración del Sol. La danza criolla tiene como exponentes el aire típico, el albazo, el pasacalle, el cachullapi y el alza, pero la chiembeña y la chilena son también bailes indígenas representativos. El Yumbo, no se refiere únicamente a la composición musical, sino a la vestimenta que se utiliza para acompañar las danzas en las diferentes regiones y por diferentes fiestas religiones y patrias. El yumbo es una composición, en tonalidad triste y alegre que canta los hechos de los antepasados y los sucesos tradicionales del pueblo.			
<b>13. ACTIVIDADES TURÍSTICAS/ RECREATIVAS ACTUALES:</b> Interacción con las personas que visitan el sector y también con quienes realizan los viajes en la ruta del tren, se hacen presentaciones también privadas mediante los contactos			
<b>14. HORARIOS</b> 08:00 - 16:00	<b>15. PRECIOS:</b> Incluye con el precio para la estación del tren	<b>16. PROPIETARIO:</b> <b>17. PERSONA</b> <b>CONTACTO:</b> Patricia Caiza 0994231720/ 2315985	
<b>18. TIPO DE PUBLICO:</b> TODO PUBLICO			
<b>Semana:</b>	SI		
<b>Fin de semana:</b>	SI		
<b>Feriados Largos:</b>	SI		
<b>Vacaciones:</b>	SI		
<b>19. EMPRESAS QUE OPERAN</b>	<b>20 ACTIVIDAD</b>	<b>21 CÓDIGO</b>	
<b>22. SERVICIOS</b>			
○ Estacionamiento		NO	
○ Comida		NO	
○ Visitas auto guiadas		NO	
○ Señalización para llegar		NO	
○ Señalización interna		NO	
○ Limpieza y recogida de basura		NO	
○ Servicios higiénicos		NO	
○ Seguridad y Manteniendo		NO	
○ Venta de souvenir, información sobre el recurso		NO	
○ Folletos		NO	
○ Teléfono público		NO	

○ <b>Otros</b> (presentación artística, danza y folklor)	SI
<b>23. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA</b>	
<b>24. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVOS:</b> FERROCARRILES DEL ECUADOR PATRICIA: COORDINADORA DEL GRUPO PILAR CAIZA: DIRECTORA DEL GRUPO	
<b>25. OBSERVACIONES</b>	
<b>26. Realizada Por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 19 de junio del 2014

#### 4.2.4 Fichas de alojamiento

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> HOSTERÍA LA ESTACIÓN Y LA GRANJA, AL LADO DE LA ESTACIÓN DEL TREN	<b>2. FICHA N:</b> 01	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. TELÉFONO:</b> 2309246 Gladys Revelo	<b>5. Email:</b> info@hosteriagranjalaestacion.com	<b>6. WEB</b> www.hosteriagranjalaestacion.com	
<b>7. OPERA DESDE:</b> 1992			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b> Hostería, primera categoría			
<b>9. UBICACIÓN:</b> Al frente de la estación del tren			
<b>Aislado</b> X	<b>Núcleo poblacional</b>	<b>Carretera</b>	
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>			
<b>Edificio histórico</b>	<b>Edificio Tradicional</b> X	<b>Edificio Moderno</b>	
<b>11 CAPACIDAD</b>			
<b>Con baño</b>	<b>con duchas</b>	<b>sin baño</b>	
<b>Dobles (15 HAB)</b>	15		
<b>Otras (múltiples)</b>	2		
<b>Total Habitaciones</b>	17		
<b>Total camas</b>			
<b>OTROS</b>			
<b>Capacidad Restaurante</b>	46 PAX		
<b>Capacidad salones</b>			
<b>12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>			
○ <b>Restaurante con especialidades locales</b>			SI
○ <b>Restaurante cocina internacional</b>			SI
○ <b>Bar</b>			SI
○ <b>Estacionamiento</b>			SI
○ <b>Jardines/ terrazas para uso de clientes</b>			SI
○ <b>Actividades recreativas para clientes con medios propios</b>			SI
○ <b>Salones para reuniones</b>			SI
○ <b>Primeros auxilios</b>			SI
○ <b>Formas de pago</b>			SI
○ <b>Otros</b>			NO
<b>13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:</b>			
<b>PERSONAL:</b> 6 personas, 1 jardinero, 5 mujeres en áreas de cocina, limpieza y servicio			
<b>CAPACITACION:</b> RRHH, atención al cliente, coctelería			
<b>14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE</b>			
Extranjero 80%, Nacional 20%			
○ <b>Fines de semana</b>			SI
○ <b>Semana</b>			NO
<b>15. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES:</b> 1-2 noches			
<b>16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA:</b> Descanso, alimentación, aclimatización, visita a la granja			
<b>17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>			
○ <b>Boca oreja</b>			NO

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ De los hoteles y hosterías NO</li> <li>○ Pagina Web SI</li> <li>○ Reserva Teléfono SI Internet SI</li> </ul>	
<b>18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Todo el año SI</li> </ul>	
<b>19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES;</b> Señalización para llegar	
<b>20. Realizada por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 13 de Mayo del 2014




EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> HOSTERÍA PAPAGAYO, PANAMERICANA SUR KM 26	<b>2. FICHA N:</b> 02	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. TELÉFONO:</b> 2231002/ 23670042/ 0980448812 Eran Hayoun	<b>5. Email:</b> hosteriapapagayo@yahoo.com	<b>6. WEB:</b> www.hosteriapapagayo.com	
<b>7. OPERA DESDE:</b> 27 de marzo del 2002			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b> Hostería, primera categoría			
<b>9. UBICACIÓN:</b> Panamericana sur km 26			
<b>Aislado</b>	X	<b>Núcleo poblacional</b>	carretera
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>			
<b>Edificio histórico</b>		<b>Edificio Tradicional</b>	X <b>Edificio Moderno</b>
<b>11 CAPACIDAD</b>			
<b>Con baño</b>		<b>con duchas</b>	<b>sin baño</b>
<b>Dobles</b>			
<b>Otras (múltiples)</b>			
<b>Total Habitaciones</b>		14	
<b>Total camas</b>		37	
<b>OTROS</b>			
<b>Capacidad Restaurante</b>		30 PAX	
<b>Capacidad salones</b>			
<b>12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>			
○ <b>Restaurante cocina internacional</b>			SI
○ <b>Bar</b>			SI
○ <b>Comida para llevar</b>			SI
○ <b>Vehículos/ para el traslado de pasajeros</b>			SI
○ <b>Estacionamiento</b>			SI
○ <b>Jardines/ terrazas para uso de clientes</b>			SI
○ <b>Actividades recreativas para clientes con medios propios</b>			SI
○ <b>Salones para reuniones</b>			SI
○ <b>Primeros auxilios</b>			SI
○ <b>Formas de pago</b>			SI
○ <b>Otros: sauna, turco, hidromasaje, canchas de vóley, básquet, internet</b>			
<b>13. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:</b>			
<b>PERSONAL:</b> 6 personas (2 mujeres, 4 hombres), guías, mantenimiento, limpieza, administrador, recepción			
<b>CAPACITACION:</b> Atención al cliente			
<b>14. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE</b>			
Nacionales 1 %, Extranjeros 99%			
○ <b>Fines de semana</b>			SI
○ <b>Feridos</b>			NO
<b>15. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES:</b> 1-2 noches			
<b>16. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA:</b> Tour montañas			
<b>17. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>			
○ <b>A través de operadora(cuales):</b> Agencia de Viajes "Gulliver Expeditions Ecuador"			

○ <b>De los hoteles y hosterías</b>	NO
○ <b>Pagina Web</b>	SI
○ <b>Reserva con anticipación</b>	SI
○ <b>Reserva Teléfono</b> SI	<b>Internet</b> SI
<b>18. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>	
○ <b>Todo el año</b>	SI
<b>19. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b>	
<b>20. Realizada por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 13 de Mayo del 2014


EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN;</b> UMBRIA GOURMET, CALLE PRINCIPAL PANAMERICANA SUR	<b>2. FICHA N:</b> 03	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. TELÉFONO:</b> Lorena de Campo 0994666725	<b>5. Email:</b> info@haciendaumbria.com		<b>6. WEB:</b> www.haciendaumbria.com
<b>7. OPERA DESDE:</b> 2008			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b> Hostería, primera categoría			
<b>9. UBICACIÓN:</b>			
<b>Aislado</b> X	<b>Núcleo poblacional</b>	<b>carretera</b>	
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>			
<b>Edificio histórico</b>	<b>Edificio Tradicional</b> X	<b>Edificio Moderno</b>	
<b>11 CAPACIDAD</b>			
<b>Con baño</b>	<b>con duchas</b>	<b>sin baño</b>	
<b>Dobles</b>	3		
<b>Otras (múltiples)</b>			
<b>Total Habitaciones</b>	6		
<b>Total camas</b>	12		
<b>OTROS</b>			
<b>Capacidad Restaurante</b>	30 PAX		
<b>Capacidad salones</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b></li> <li>○ <b>Restaurante con especialidades locales</b> SI</li> <li>○ <b>Juegos para niños</b> SI</li> <li>○ <b>Restaurante cocina internacional</b> SI</li> <li>○ <b>Bar</b> SI</li> <li>○ <b>Comida para llevar</b> SI</li> <li>○ <b>Vehículos/ para el traslado de pasajeros</b> SI</li> <li>○ <b>Estacionamiento</b> SI</li> <li>○ <b>Jardines/ terrazas para uso de clientes</b> SI</li> <li>○ <b>Actividades recreativas para clientes con medios propios</b> SI</li> <li>○ <b>Salones para reuniones</b> SI</li> <li>○ <b>Primeros auxilios</b> SI</li> <li>○ <b>Formas de pago</b> SI</li> <li>○ <b>Otros:</b> sauna, turco, hidromasaje, canchas de vóley, básquet, internet</li> </ul>			
<b>20. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:</b> Trabajan 14 personas, 9 hombres, 5 mujeres entre cocina, limpieza, servicio			
<b>21. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE:</b> Extranjero 60%, Nacionales 40%			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Fines de semana</b> SI</li> <li>○ <b>Feridos</b> NO</li> </ul>			
<b>22. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES:</b> 1-2 noches			
<b>23. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA:</b> Caminata, bicicleta, cabalgata, plantación de rosas, huerto, 4wd tour (todo terreno) visita a la cava subterránea capacidad 1500 botellas			
<b>24. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Boca oreja</b> SI</li> <li>○ <b>Página Web</b> SI</li> </ul>			


<input type="radio"/> <b>Reserva con anticipación</b> SI <input type="radio"/> <b>Reserva Teléfono</b> SI <b>Internet</b> SI	
<b>25. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>	
<input type="radio"/> <b>Todo el año</b> SI	
<b>26. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b>	
<b>20. Realizada por:</b> Fernando Gualoto	<b>Fecha:</b> 13 de Mayo del 2014

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> SIERRA LOMA LODGE, 700 MTRS AL SUR DE LA ESTACIÓN DEL FERROCARRIL	<b>2. FICHA N:</b> 04	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. TELÉFONO:</b> 0984580610/ 0995938256	<b>5. Email:</b> contact@sierraloma.net	<b>6. WEB:</b> www.sierraloma.com	
<b>7. OPERA DESDE:</b> 2008			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b> Hostería, segunda categoría			
<b>9. UBICACIÓN:</b>			
<b>Aislado</b> X	<b>Núcleo poblacional</b>	<b>carretera</b>	
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>			
<b>Edificio histórico</b>	<b>Edificio Tradicional</b> X	<b>Edificio Moderno</b>	
<b>11 CAPACIDAD</b>			
<b>Con baño</b>	<b>con duchas</b>	<b>sin baño</b>	
<b>Dobles</b>			
<b>Otras (múltiples)</b>			
<b>Total Habitaciones</b>	3 Cabañas		
<b>Total camas</b>	4 Personas por cabaña		
<b>OTROS</b>			
<b>Capacidad Restaurante</b>			
<b>Capacidad salones</b>			
<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>			
○ <b>Restaurante con especialidades locales</b>		SI	
○ <b>Restaurante cocina internacional</b>		SI	
○ <b>Bar</b>		SI	
○ <b>Comida para llevar</b>		SI	
○ <b>Vehículos/ para el traslado de pasajeros</b>		SI	
○ <b>Estacionamiento</b>		SI	
○ <b>Jardines/ terrazas para uso de clientes</b>		SI	
○ <b>Actividades recreativas para clientes con medios propios</b>		SI	
○ <b>Salones para reuniones</b>		SI	
○ <b>Primeros auxilios</b>		SI	
○ <b>Formas de pago</b>		SI	
○ <b>Otros</b>		NO	
<b>27. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:</b> Trabajan varias personas en diversas aéreas			
<b>28. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE</b>			
○ <b>Fines de semana</b>	SI		
○ <b>Feriados</b>	SI		
<b>29. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES:</b> 1-2 noches			
<b>30. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA:</b> Excursiones, paseo a caballo, caminatas, viajes en tren, aclimatación para ascensión			
<b>31. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>			
○ <b>Boca oreja</b>	NO		
○ <b>Página Web</b>	SI		
○ <b>Reserva con anticipación</b>	SI		
○ <b>Reserva Teléfono</b>	SI	<b>Internet</b>	SI
<b>32. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>			
○ <b>Todo el año</b>	SI		
<b>33. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b>			
<b>20. Realizada por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> 13 de Mayo del 2014	

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO			
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> PUERTA AL CORAZÓN, CALLE PRINCIPAL ALOASÍ	<b>2. FICHA N:</b> 05	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. TELÉFONO:</b> Rocío Sandoval 2309858/2409220	<b>5. Email:</b> Ro.sandoval@la poste.net	<b>6. WEB:</b>	
<b>7. OPERA DESDE:</b> 2009			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b> Hostal, tercera categoría			
<b>9. UBICACIÓN:</b>			
<b>Aislado</b> X	<b>Núcleo poblacional</b>	<b>carretera</b>	
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>			
<b>Edificio histórico</b>	<b>Edificio Tradicional</b> X	<b>Edificio Moderno</b>	
<b>11 CAPACIDAD</b>			
<b>Con baño</b>	<b>con duchas</b>	<b>sin baño</b>	
<b>Dobles</b>	6		
<b>Otras (múltiples)</b>	3 cuádruples		
<b>Total Habitaciones</b>	9 con agua caliente		
<b>Total camas</b>	23		
<b>OTROS</b>			
<b>Capacidad Restaurante</b>	30 PAX		
<b>Capacidad salones</b>			
<b>34. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> <b>Restaurante con especialidades locales</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Restaurante cocina internacional</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Estacionamiento</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Jardines/ terrazas para uso de clientes</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Salones para reuniones</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Juegos para niños</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Primeros auxilios</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Formas de pago</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Otros: vóley, internet</b></li> </ul>			
<b>35. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:</b> Trabajan 3 personas			
<b>36. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE:</b> EXTRANJEROS: 70% NACIONALES 30%			
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> <b>Fines de semana</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Feriados</b> SI</li> </ul>			
<b>37. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES:</b> 1-2 noches			
<b>38. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA:</b> Camping, información turística en francés, inglés y ruso, la hostería tiene intermediarios para realizar: andinismo al corazón, Pasochoa, Ilinizas, mercado Machachi, tour en bicicleta, paseo a caballo, ferrocarril, visita al parque Cotopaxi			
<b>39. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> <b>Boca oreja</b> NO</li> <li><input type="radio"/> <b>Página Web</b> NO</li> <li><input type="radio"/> <b>Reserva con anticipación</b> SI</li> <li><input type="radio"/> <b>Reserva Teléfono</b> SI <b>Internet</b> NO</li> </ul>			
<b>40. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> <b>Todo el año</b> SI</li> </ul>			
<b>41. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b>			
<b>20. Realizada por:</b> Fernando Gualoto		<b>Fecha:</b> 13 de Mayo del 2014	

#### 4.2.5 Fichas de gastronomía

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA			
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> RESTAURANTE CASA Y CAMPO	<b>2. FICHA N:</b> 01	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. TELÉFONO:</b> 0983264541	<b>5. Email:</b> Glendita123@hotmail.com	<b>6. WEB</b>	
<b>7. OPERA DESDE:</b> 2011			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b> Restaurante, cuarta categoría			
<b>9. UBICACIÓN:</b> Parque central de aloasí			
<b>Aislado</b>	<b>Núcleo poblacional</b> X	<b>Carretera</b>	
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>			
<b>Edificio histórico</b>	<b>Edificio Tradicional</b>	<b>Edificio Moderno</b> X	
<b>11 CAPACIDAD</b> Capacidad del Restaurante 40 PAX Capacidad de los Salones Capacidad de Terrazas			
<b>12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>			
○ Restaurante con especialidades locales		SI	
○ Restaurante cocina internacional		NO	
○ Comida para llevar		SI	
○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros		NO	
○ Estacionamiento		NO	
○ Primeros auxilios		NO	
○ Jardines/ terrazas para uso de clientes		NO	
○ Actividades recreativas para clientes con medios propios		NO	
○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas		NO	
○ Piscina		NO	
○ Salones para reuniones		NO	
○ Juegos para niños		NO	
<b>13. PERSONAL Y CAPACIDAD:</b> 5 personas <b>CAPACITACION:</b> Bomberos			
<b>14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES</b>			
○ Fines de semana		SI	
○ Semana		SI	
○ Feriados		SI	
<b>15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>			
○ Boca oreja		SI	
○ A través de operadora (cuales)		NO	
○ De los hoteles y hosterías		SI	
○ Promoción directa propia		NO	
○ Pagina Web		NO	
○ Reserva con anticipación		SI	
○ Reserva Teléfono SI		Internet SI	
○ Otros		NO	
<b>16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>			
○ Todo el año		SI	
○ Temporal (indicar época)		NO	
<b>17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b>			
<b>18. Ficha realizada por:</b> Fernando Gualoto		<b>19. Fecha:</b> 13 de Mayo del 2014	

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA			
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN:</b> EL BUEN SABOR, ALOASÍ CALLE PRINCIPAL	<b>2. FICHA N°:</b> 02	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>	
<b>4. TELÉFONO:</b> Yolanda Yáñez	<b>5. Email:</b>	<b>6. WEB</b>	
<b>7. OPERA DESDE:</b> 2005			
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b> Restaurante, cuarta categoría			
<b>9. UBICACIÓN:</b>			
<b>Aislado</b>	<b>Núcleo poblacional</b>	<b>X</b>	<b>Carretera</b>
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>			
<b>Edificio histórico</b>	<b>Edificio Tradicional</b>	<b>Edificio Moderno X</b>	
<b>11 CAPACIDAD</b> Capacidad del Restaurante 32 PAX capacidad de los Salomes Capacidad de Terrazas			
<b>12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>			
○ Restaurante con especialidades locales		SI	
○ Restaurante cocina internacional		NO	
○ Comida para llevar		SI	
○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros		NO	
○ Estacionamiento		NO	
○ Primeros auxilios		NO	
○ Jardines/ terrazas para uso de clientes		NO	
○ Actividades recreativas para clientes con medios propios		NO	
○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas		NO	
○ Piscina		NO	
○ Salones para reuniones		NO	
○ Juegos para niños		NO	
<b>13. PERSONAL Y CAPACIDAD:</b> 2 personas <b>CAPACITACION:</b> Nutrición			
<b>14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES</b>			
○ Fines de semana		SI	
○ Semana		SI	
○ Feriados		SI	
<b>15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>			
○ Boca oreja		SI	
○ A través de operadora (cuales)		NO	
○ De los hoteles y hosterías		SI	
○ Promoción directa propia		NO	
○ Pagina Web		NO	
○ Reserva con anticipación		SI	
○ Reserva	Teléfono SI	Internet	NO
○ Otros		NO	
<b>16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>			
○ Todo el año		SI	
○ Temporal (indicar época)		NO	
<b>17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b> Poseer un teléfono del local			
<b>18. Ficha realizada por:</b> Fernando Gualoto		<b>19. Fecha:</b> 13 de Mayo del 2014	



## FICHA DE RESUMEN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Tabla N°18 Jerarquización de los atractivos

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

Fuente: (Lucio, 2013)

Elaborado por: Fernando Gualoto

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

La entrevista se la realizó a dos de los miembros del GAD parroquial, quienes son el Teniente Político de la Parroquia y la Presidenta del GAD Parroquial de Aloasí, que respondieron de la siguiente manera las preguntas planteadas:

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

**Entrevistador:** Fernando Gualoto

**Lugar y Fecha:** Aloasí, 17 de Junio del 2014

**Hora:** 10:30

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

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

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

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

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

Según estudios socio económicos de trascendencia la principal actividad económica es la agricultura y la ganadería, dividida en dos tipos de población, la agricultura para la población pobre y la ganadería para las personas que tiene vacas lecheras, entendiéndose de esta manera a personas con haciendas, dentro de la parroquia se tiene registrado de 55 a 60 haciendas en la zona, teniendo el mayor sustento porque estas haciendas poseen el agua mientras que los pobres y mediana economía no poseen regadíos de agua. Últimamente se ha fomentado las florícolas dentro de la zona se encuentran tres florícolas registradas que son: AGROCOEX, ECOROSSES y CLIMFLOWER la última en peligro de quebrar, dando de esta manera un impulso económico a la parroquia.

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

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

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

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

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

Lastimosamente no existe un apoyo consolidado del gobierno central, y de otras entidades como del Ministerio del Ambiente y muchas propuestas de turismo son frenadas por entidades que no dan el apoyo respectivo, un claro ejemplo es la idea de construcción de un refugio en el Volcán Corazón y habilitar las vías para el

acceso a este lugar pero el permiso hasta la fecha no ha sido respondido, en la actualidad con el nuevo Gobierno se ha observado cambios y por eso ahora existe mayor presión por parte de parroquias rurales en realizar pedidos en beneficio de la comunidad y eso es lo que se está realizando en la actualidad, con esperanza que en el futuro exista un mayor apoyo del gobierno central

### **7. ¿Ha sido beneficiosos la creación de los GAD's?**

Si han sido beneficiosos, uno de estos es el caso del presupuesto participativo que se recibe del Estado a través del Municipio se ha equilibrado a nivel general, ofreciendo planificación directa a los barrios con mucha más facilidad, mejorando la parte legal en donde antes cada barrio debía realizar por su cuenta los diferentes pedidos al Municipio, lo que conlleva pérdida de tiempo hasta establecer el presupuesto de acuerdo a la necesidad del barrio, pero ahora con la autonomía es más fácil, se reúnen todos los presidentes de los barrios y se generan planes de necesidades para presentarlos, aprobarles y distribuir la ayuda a estos barrios por parte del Municipio.

### **8. ¿Cuál es el presupuesto a partir de ser un Gobierno Seccional?**

Se entiende que el GAD parroquia maneja un presupuesto estimado de 247.000 dólares.

**9. ¿La población apoya al desarrollo de la actividad turística para generar ingresos en la parroquia?**

Anteriormente la población era más colaboradora a nivel general, especialmente en el tiempo cuando el tren era utilizado como medio de comercialización, porque con la llegada del tren no solo venían productos sino que también venían gente que querían conocer nuestras tierras, que ahora se los denominan turistas. Generando un equilibrio, por un lado existían turismo y por otro lado trabajo con la llegada de estos productos, hace pocos años atrás, con el declive y la paralización del tren el turismo se vio gravemente afectado, produciendo que la población no apoye a la actividad turística, pero actualmente con la creación de lugares de alojamiento esta actividad se ha ido recuperando poco a poco con diferentes actividades turísticas.

**10. ¿Cree que su parroquia cuenta con planta turística como servicios de alojamiento, alimentación, transporte y operación turística necesaria para el desarrollo de la actividad turística?**

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

**11. ¿Qué medios utiliza el gobierno parroquial para promocionar turísticamente sus atractivos?**

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

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

**Entrevistador:** Fernando Gualoto

**Lugar y Fecha:** Aloasí, 17 de Junio del 2014

**Hora:** 12:30

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



**7. ¿Ha sido beneficiosos la creación de los GAD's?**

Si porque permite tener competencias dentro de la parroquia y ya no existe la confusión de antes en la cual no se sabía qué hacer.

**8. ¿Cuál es el presupuesto a partir de ser un Gobierno Seccional?**

Este año se ha redondeado un presupuesto de 247.000 dólares

**9. ¿La población apoya al desarrollo de la actividad turística para generar ingresos en la parroquia?**

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

**10. ¿Cree que su parroquia cuenta con planta turística como servicios de alojamiento, alimentación, transporte y operación turística necesaria para el desarrollo de la actividad turística?**

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

## **11. ¿Qué medios utiliza el gobierno parroquial para promocionar turísticamente sus atractivos?**

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

En las entrevistas se pudo constatar los problemas presentes dentro de la parroquia de Aloasí, acordando que la principal causa para que no exista una suficiente promoción turística es debido a la poca cantidad económica recibida por parte del Gobierno Municipal, debido a la presencia de migrantes no registrados en la parroquia, junto con el tema de organización comunal, es así que dentro del GAD se ha evidenciado la idea de futuros proyectos para trabajar con esta organización, especialmente con jóvenes y el proceso de registro de estas personas. Así mismo la parroquia se destaca por ser un lugar que se basa su economía en las actividades agrícolas y ganaderas teniendo como impulso nuevas empresas especialmente florícolas, pero para que no exista una promoción turística adecuada se la puede referir a la falta de un ente organizacional para el turismo pero que en la actualidad se lo está implementando y que en el futuro pueda ser un apoyo para el turismo en este sector. Algo lamentable es la falta de apoyo que se ha dado a conocer por parte del gobierno central en actividades turísticas demostrando que aún falta organización y comunicación entre el gobierno central y las parroquias, ya que se ha manifestado que la actividad turística sería de gran apoyo para la economía de Aloasí, pero la creación del

GAD ha sido beneficioso porque gracias a esto ahora las autoridades tienen sus competencias dándoles una correcta dirección y una clara visión de lo que deben realizar en la actualidad, pero el presupuesto dado a la parroquia es muy poco para realizar los diferentes proyectos planteados, haciendo que la población no muestre el debido apoyo al desarrollo de la actividad turística de la zona, lo que produce que exista lugares de alojamiento pero que sean de empresas privadas, denotando espacios vacíos dentro de la planta turística, para lo cual el GAD parroquial está tomando medidas con la implementación de nuevos entes de organización para que el turismo sea encaminado por un correcto camino.

#### **4.3 Conclusiones**

- Con la investigación realizada se puede determinar que el turismo se ha fomentado principalmente en la parroquia urbana de Machachi, dado que esta es la principal ciudad del cantón Mejía, dejando a un lado el turismo y el apoyo económico en las parroquias rurales como es el caso de Aloasí.
- La parroquia de Aloasí posee un gran potencial turístico, el cual se lo debe aprovechar para el crecimiento de la parroquia tanto en lo económico como en lo social y el aprovechamiento y conservación del patrimonio cultural y natural.
- Los servicios que tiene la parroquia de Aloasí, como telecomunicación, transporte y servicio de agua potable en algunos casos son limitados para la población especialmente para las que se encuentran en las afueras de la parroquia, haciendo que no puedan tener un desarrollo social y económico.

- La falta de material publicitario en la parroquia de Aloasí, ha dado como resultados que una pequeña cantidad de turistas visiten la parroquia por cuenta propia.
- La planta turística en la parroquia de Aloasí satisfacen las necesidades de los pobladores, pero no se encuentran totalmente adecuadas para el uso de turistas nacionales o internacionales
- El plan de marketing realizado es una guía para futuros inversionistas dentro de la parroquia de Aloasí, ya que al difundir estos atractivos pueden sacar ganancias significativas.
- El turismo en la parroquia de Aloasí se lo maneja de una forma tradicional, haciendo que solo un grupo de turistas manejados por una empresa se enteren de las maravillas que ofrece este lugar.

#### **4.4 Recomendaciones**

- Se debe implementar el material publicitario buscando la ayuda del gobierno parroquial o inversionistas independientes, de esta manera poco a poco se puede ir posicionando a la parroquia de Aloasí como un destino turístico cotizado.
- Aprovechar el potencial turístico de la parroquia con la mediante la implementación de nuevos proyectos turísticos que ayuden a la conservación y aprovechamiento de los sitios naturales y culturales.
- Realizar una comisión del GAD parroquial para que intervengan en frente del Gobierno Provincial para que toda la población de Aloasí tenga una implementación en todos sus servicios básicos.

- El gobierno parroquial de Aloasí puede implementar servicio de guianza para que los turistas tengan a la mano el conocimiento transmitido por la gente propia del sector.
- Solicitar que exista una comisión al GAD parroquial encargada de la revisión, manejo y mantenimiento de la planta turística en la parroquia de Aloasí.
- Crear alianzas entre el gobierno de la parroquia de Aloasí y empresas privadas para que exista una ayuda mutua, y se aproveche las ganancias obtenidas en el desarrollo de la parroquia.
- Buscar nuevas ofertas turísticas y maneras publicitarias innovadoras como en el avance tecnológico para atraer turistas nacionales e internacionales que conozcan los atractivos turísticos de la parroquia.

## **V. PROPUESTA**

### **5.1 Título de la propuesta**

Plan de marketing para la promoción turística de la parroquia de Aloasí

### **5.2 Justificación**

En la actualidad el turismo se ha convertido en una actividad de importancia, tanto para la actividad social y económica de un sector que hace posible el desarrollo del mismo, es por eso que una implementación y correcta promoción turística es importante para la parroquia de Aloasí.

De esta manera Aloasí se dará a conocer tanto para los pobladores como para los turistas, ofreciendo sus atractivos y sobre todo la amabilidad de la gente, dejando a un lado el concepto general que por ser una parroquia rural, no puede crecer y el turismo por hoy ofrece esa oportunidad la cual se la debe aprovechar con una correcta gestión.

La implementación de estrategias de promoción se ha visto como un eje indispensable debido a la falta de estos mecanismos, teniendo como principal aliado a la tecnología dejando a un lado la forma tradicional de promoción, entendiendo que la mayor parte de la sociedad ha evolucionado y de la mano herramientas tecnológicas, es por eso que este tipo de ayuda es fundamental para la promoción de la parroquia de Aloasí.

### **5.3 Impacto**

Una correcta implementación con técnicas de marketing turístico generará un impacto social, tanto dentro como fuera de la parroquia dando a conocer de esta forma la actividad turística que se puede realizar en la parroquia de Aloasí, también existirá un impacto en el aspecto económico, gracias a los ingresos de los turistas nacionales o extranjeros que visiten Aloasí.

### **5.4 Objetivos**

#### **5.4.1 Objetivo general**

Promocionar turísticamente a la parroquia de Aloasí, cantón Mejía, provincia de Pichincha mediante la implementación de un plan de marketing para promover el turismo en este sector.

#### **5.4.2 Objetivos específicos**

- Crear una página web que contenga material informativo y turístico de la parroquia de Aloasí.
- Diseñar un material físico promocional de la página web de la parroquia de Aloasí incorporando herramientas y aparatos tecnológicos.
- Crear un enlace entre la página web y el material físico de promoción generando la promoción turística de la parroquia de Aloasí.

## 5.5 Ubicación sectorial y física

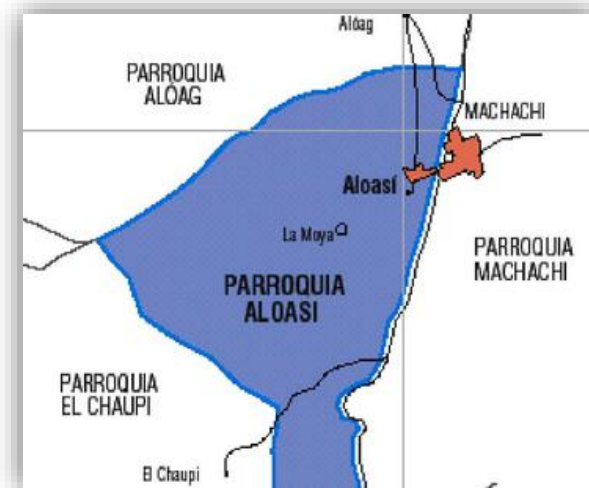
La parroquia de Aloasí está situada a treinta y cinco kilómetros de Quito en las faldas del monte Corazón, se encuentra ubicada políticamente de acuerdo a los siguientes límites:

**Norte:** Parroquia Alóag

**Sur:** Parroquia El Chaupi

**Este:** Cabecera cantonal Machachi

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



**Figura N°30** Ubicación sectorial y física de Aloasí  
**Fuente:** Infraestructura de Datos Espaciales Cantón Mejía

## 5.6 Viabilidad

El proyecto planteado es viable porque su costo no es muy elevado sin la necesidad de invertir mucho dinero, además que al ponerlo en marcha con la ayuda del GAD parroquial los réditos económicos justificarán el valor inicial generando un impacto económico y social a favor de la parroquia.



## 5.7 Plan de ejecución

### 5.7.1 Análisis externo

#### 5.7.2 Análisis PEST

- **Factores políticos:** Como principal factor se ha tomado en cuenta a la “Ley de Comercio Electrónico del Ecuador”, ley emitida en el año del 2002, tras el avance tecnológico Ecuador ha implementado esta ley para precautelar el bien común de los internautas, dentro de esta ley se ha observado el Capítulo IV DE LOS ORGANISMOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, Y DE REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS ENTIDADES DE CERTIFICACIÓN ACREDITADAS, que se basa en las regulaciones acerca de organismos para promocionar diferentes temas emitidos en medios electrónicos los mismos que serán regulados por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).
- **Factores económicos:** Al tener un gran avance tecnológico, ha generado que los costos de producción bajen, en este caso la elaboración de una página web no tiene ningún valor, el único costo es el momento de obtener un dominio entendido como una red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet que en el mercado tiene un costo promedio de \$15 a \$30 dólares dependiendo del tipo de dominio que se desea obtener en la página web.
- **Factores sociales:** En los últimos años la tecnología ha tenido una acogida enorme no solo en el Ecuador sino alrededor del mundo, haciendo posible que la mayor parte de población tenga un acceso a la tecnología, generando un mecanismo excelente para la llegada de nuevas formas de promoción.

- **Factores tecnológicos:** El avance en la tecnología ha ido de la mano con la evolución en los aparatos que hacen posible la administración de esta tecnología o software, dentro de los principales aparatos se ha tomado en cuenta los dispositivos móviles como iPad, tablets, smartphones los mismos que cuentan con la creación de su propia plataforma y de dispositivos de casa como computadores de escritorio con su propia plataforma, entendiéndose como móviles a celulares o smartphones, tablets, iPads entre otros, y aparatos de casa como computadores de escritorio y laptops.

### 5.7.3 Análisis de mercado

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

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



**Figura N°31** Partes de una dirección URL  
**Fuente:** Google images

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

**.com:** Es una compañía u organización comercial. Ej.: Ford.com, Philips.com, Microsoft.com, etc.

**.edu:** Es una institución de educación, universidades, colegios, institutos o centros de investigación. Ej.: mit.edu, harvard.edu, etc.

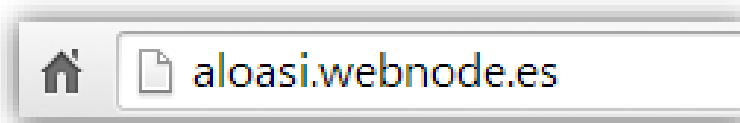
**.gob:** Se trata de organizaciones del gobierno, ejem.: presidencia.gub.uy

**.mil:** Si es una institución militar.

**.net:** Se trata de algún nodo administrativo o de conexión de un proveedor de servicios, o de alguna entidad de servicios, o de alguna entidad de servicios de conexión. Ej.: internic.net, commerce.net, etc.

**.org:** Para organizaciones que no entren en ninguna de las categorías anteriores, por ejemplo organizaciones sin fines de lucro. (dominios-internet.com)

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

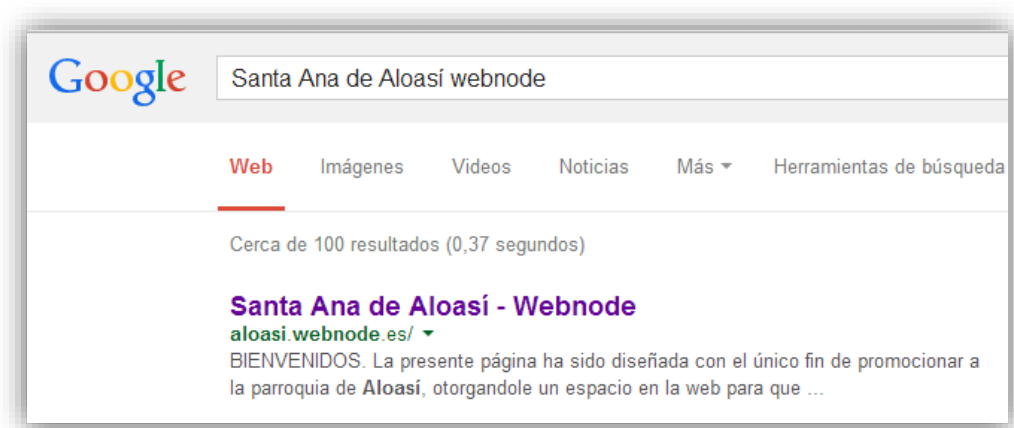


**Figura N°32** Dirección URL de la página web diseñada  
**Fuente:** Página web diseñada "Santa Ana de Aloasí"

Dentro del dominio de la página web diseñada se denota el formato "aloasí.webnode.es", en primer lugar "aloasí" que se entiende como un nombre general acerca de la página, seguido de webnode que es el servidor y la plataforma

utilizada para el diseño de la página web y al final .es correspondiente al país de España.

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



**Figura N°33** Buscador de Google con la página web  
**Fuente:** Buscador de Google

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

The image shows a desktop version of a comment form. The title 'Comentarios' is at the top left. Below it are four input fields: 'Nombre \*' (a single-line text box), 'E-mail \*' (a single-line text box with an '@' symbol on the left), 'Asunto \*' (a single-line text box), and 'Mensaje \*' (a large multi-line text area). At the bottom center is a yellow 'Enviar' button.

**Figura N°34** Cuadro de comentarios en la página web diseñada (computadores)  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasi”

The image shows a mobile version of the comment form. The title 'Comentarios' is at the top left in yellow. Below it are four input fields: 'Nombre \*:', 'E-mail \*:', 'Asunto \*:', and 'Mensaje \*:'. The fields are stacked vertically and are white against a dark background.

**Figura N°35** Cuadro de comentarios en la página web diseñada (dispositivos móviles)  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasi”

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



**Figura N°36** Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (computadores)  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”



**Figura N°37** Mapa satelital de la parroquia de Aloasí en la página web diseñada (dispositivos móviles)  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”

## 5.7.4 Análisis del entorno competitivo

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



Figura N°38 Plataforma de Wikipedia  
Fuente: Wikipedia



**Figura N°39** Plataforma de la página web del Municipio del Cantón Mejía  
**Fuente:** (Municipio de Mejía)

### 5.7.5 Análisis interno

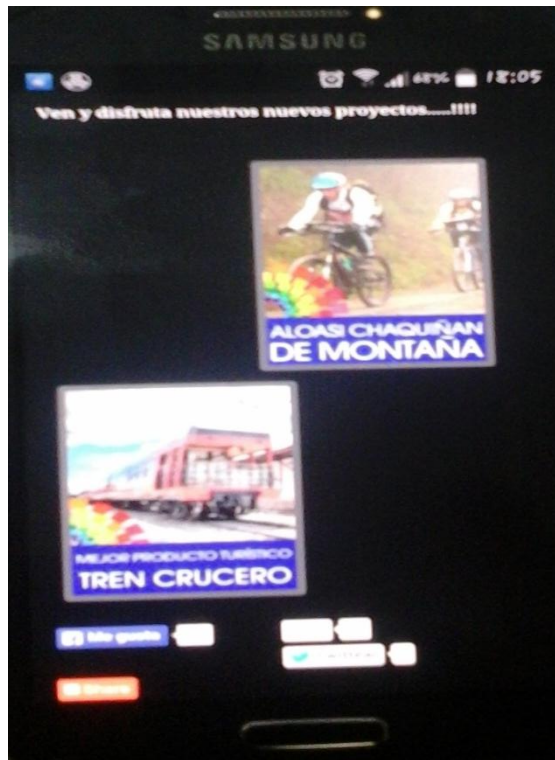
### 5.7.6 Auditoría de los canales de comunicación

Para poder realizar la auditoría de la página web diseñada se ha establecido un mecanismo sencillo mediante las redes sociales, las misma que están presentes en el diseño de la página web como Facebook permitiendo verificar el alcance de la página mediante likes, Twitter para realizar comentarios personales y google+ especialmente diseñado para smartphones o aparatos que posean el sistema Android.



**Figura N°40** Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (computadores)  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasi”





**Figura N°41** Formas de Auditoría de canales de comunicación en la página web diseñada (dispositivos móviles)  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”

### 5.7.7 Matriz FODA

**Tabla N°40** Matriz FODA

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

**Elaborado por:** Fernando Gualoto

**Tabla N°41** Estrategias de la matriz FODA

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

Elaborado por: Fernando Gualoto

### 5.7.8 Estrategias y tácticas de marketing online

**Tabla N°42** Líneas estratégicas del MKO

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

Elaborado por: Fernando Gualoto

- **Marketing en buscadores:** Como principal estrategia al marketing online se basa en los principales buscadores como GOOGLE, ASK, YAHOO, BING entre otros, permitiendo que la página web creada este a la disposición de las personas en cualquier parte del mundo, obteniendo como resultado una atracción total de clientes al sitio web.
- **Publicidad online y física:** Dentro de lo que conlleva a la publicidad del sitio web se ha determinado dos posibles formas, la primera, una publicidad online que por el momento no se la puede realizar por falta de recursos económicos, pero que dentro del plan a futuro puede servir de gran ayuda para la promoción del sitio web. Como publicidad física se ha determinado la implementación de un código QR, el mismo que permite la publicidad del sitio web mediante la

interacción de un Smartphone, tablet, ipod entre otros y el código, con el escaneo de este código impreso en pequeños volantes hace posible dar a conocer el sitio web de la parroquia con un mínimo recurso económico.

- **Email marketing:** Mediante la implementación del cuadro de comentarios en el sitio web, permite establecer una base de datos de las personas interesadas en la parroquia de Aloasí, haciendo posible el uso de esta base de datos para el envío posterior de promoción, nuevos eventos entre otros que ofrecerá la parroquia, manteniendo siempre actualizados a las personas y al sitio web.
- **Alianzas con programadores independientes para el continuo desarrollo del sitio web:** Las alianzas son fundamentales en el desarrollo de un proyecto, por eso se debe buscar un personal totalmente capacitado en el tema informático, haciendo posible que su conocimiento genere beneficios para el proyecto.
- **Velocidad de fibra óptica para realizar actualizaciones y mantenimiento constante del sitio web:** La tecnología y sus avances están al constante cambio, al mismo tiempo al alcance de todos, haciendo posible el mejoramiento y constante mantenimiento en proyectos planteados, es así que esta herramienta es de gran ayuda para el ámbito informático y todos sus derivados.
- **Alianzas con empresas que financien el recurso económico para su actualización y mantenimiento:** El recurso económico es muy importante en cualquier proyecto e investigación, es por eso que se debe buscar futuros

inversionistas sean estos estatales o independientes, que colaboren con el recurso económico para el mejoramiento y mantenimiento del proyecto, teniendo como futuro inversionista el Ministerio de Turismo refiriéndose a una entidad estatal y a una entidad privada como Metropolitan Touring.

### 5.7.9 Presupuesto

**Tabla N°43** Cuadro de presupuesto del plan de marketing

<b>CUADRO DE PRESUPUESTO</b>				
<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Lápiz</b>	1	Lápiz usado para hacer el boceto de la página web	0,15	0,15
<b>Borrador</b>	1	Usado para borrar en el proceso de diseño de la página web	0,15	0,15
<b>Papel bond A4</b>	3	Utilizado para diseñar en él la página web	0,30	0,90
<b>Papel contac A4</b>	3	Servirá para imprimir el modelo de la publicidad física con el código QR.	0,50	1,50
<b>Smartphone</b>	1	Servirá para constatar el avance de la plataforma móvil, no se comprará un Smartphone debido a que se posee ya uno, se tomará el valor de la electricidad a usarse en este proyecto	240,00	240,00
<b>Laptop</b>	1	Usada para el diseño de las plataformas de las páginas web, no se comprará una laptop debido a que se posee una, se tomará el valor de la electricidad a usarse en el proyecto	400,00	400,00
<b>Internet</b>	1	Servicio utilizado para elaborar la página web y subirla a la web	10,00	10,00
<b>Impresiones</b>	1	Usada para la impresión de la publicidad física	2,00	2,00
<b>Stickers impresos</b>	50	Impresiones del material publicitario físico, con el código QR	0,10	5,00
<b>Dominio de la página web</b>	1	Dominio para la página web, de esta manera se puede identificar a dónde pertenece la página web	12,00	12,00
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>		<b>665,20</b>	<b>671,70</b>

Elaborado por: Fernando Gualoto

## 5.7.10 Presentación de la publicidad online



**Figura N°42** Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasi (computadores)  
**Fuente:** Página web diseñada "Santa Ana de Aloasi"



**Figura N°43** Plataforma de la página web de la parroquia de Aloasi (dispositivos móviles)  
**Fuente:** Página web diseñada "Santa Ana de Aloasi"

### 5.7.11 Presentación de la publicidad física



**Figura N°44** Material físico de publicidad para la parroquia de Aloasí  
**Fuente:** Página web diseñada “Santa Ana de Aloasí”

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

## REFERENCIAS

- Arias, P. (29 de Enero de 2005). *El País*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de [http://elpais.com/diario/2005/01/29/viajero/1107036493\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2005/01/29/viajero/1107036493_850215.html)
- Atom. (4 de Enero de 2008). *SANTA ANA DE ALOASÍ*. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de <http://aloasi.blogspot.com/search?updated-min=2008-01-01T00:00:00-08:00&updated-max=2009-01-01T00:00:00-08:00&max-results=4>
- Aveiga, I. (24 de Noviembre de 2013). *Blog de ESPOL*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://blog.espol.edu.ec/>
- Boada, C. (5 de Abril de 2014). *mammalia web ECUADOR*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://zoologia.puce.edu.ec/Vertebrados/mamiferos/FichaEspecie.aspx?Id=2049>
- dia a dia. (10 de Julio de 2011). *extroversia*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de [http://extroversia.universia.net.co/dia-a-dia/2013/noticias/actualidad/los\\_beneficios\\_del\\_mortino/actualidad/12641/103/104.html](http://extroversia.universia.net.co/dia-a-dia/2013/noticias/actualidad/los_beneficios_del_mortino/actualidad/12641/103/104.html)
- dominios-internet.com. (s.f.). *La guía más completa sobre dominios en Internet*. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de <http://www.dominios-internet.com/tipos-de-dominios/>
- EL COMERCIO. (10 de Agosto de 2012). *EL COMERCIO.com*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de [http://www.elcomercio.com/quito/Fotogaleria-Lugares-especies-quito-mirador-naturaleza\\_5\\_751174882.html](http://www.elcomercio.com/quito/Fotogaleria-Lugares-especies-quito-mirador-naturaleza_5_751174882.html)

- GAD Parroquia de Aloasí. (2012). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA ALOASÍ 2012-2025*. Quito.
- Gobierno Nacional del Ecuador. (2002). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS*. Quito.
- Gracia, H., & Cristina, G. M. (2001). *inpho*. Recuperado el 05 de 17 de 2014, de 2014
- Ik\_Kil. (23 de Enero de 2008). *flickr*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <https://www.flickr.com/photos/micguti/2652947295/>
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito.
- Infraestructura de Datos Espaciales Cantón Mejía. (s.f.). *Municipio del Cantón Mejía*. Recuperado el 18 de Junio de 2014, de <http://www.municipiodemejia.gob.ec/index.php/mejia/parroquias/aloasi>
- Klaus, P. (19 de Diciembre de 2010). *Virtua Gallery*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://virtua-gallery.com/2010/12/wilsons-snipe/>
- Lucio, S. (2013). *Cuaderno de Diseños de Circuitos*. Quito.
- Maestría en turismo. (22 de Agosto de 2009). *Valdivia Ecolodge*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://valdiviaecolodge.blogspot.com/2009/08/bienvenidos-valdivia-ecolodge-ruta-del.html>
- *Metodología aplicada para el levantamiento de recursos turísticos según la OEA*. (2013). Quito.
- Ministerio de Turismo. *La experiencia turística en el Ecuador*. Quito.



- Ministerio del Ambiente. (15 de Agosto de 2013). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica ANDES*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://www.andes.info.ec/es/actualidad/descubren-nueva-especie-mamifero-bosques-nublados-ecuador.html>
- Morales, C. (2011). *facilísimo.com*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de [http://plantas.facilísimo.com/reportajes/arboles/ornamentales/el-sauce\\_184449.html](http://plantas.facilísimo.com/reportajes/arboles/ornamentales/el-sauce_184449.html)
- Municipio de Mejía. (s.f.). *Mejía con la Revolución Ciudadana en Marcha*. Recuperado el 14 de Julio de 2014, de <http://www.municipiodemejia.gob.ec/index.php/mejia/parroquias/aloasi>
- Municipio de Quito. (2012). Recuperado el 2 de Enero de 2014
- Municipio de Quito. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Quito.
- Nadia, T. (s.f.). *TURISMO*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2012, de <http://1er-sem-turismo.blogspot.com/2012/10/superestructura-turistica.html>
- Notipáramo. (22 de Abril de 2009). *Fauna del Páramo*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://faunanotiparamo.blogspot.com/>
- Patzael, E. (2004). *Flora del Ecuador*. Quito: imprefepp.
- Quesada, R. (2010). *ELEMENTOS DEL TURISMO*. Costa Rica: EUNED.
- SENPLADES. (2012). *¿Qué son las zonas, distritos y circuitos?* Quito.
- Soria, A., & Valarezo, J. C. (2014). *Guía Fotográfica de Aves*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://www.birdiblue.com/Guia-Aves-Yambo>
- Verón, L. (23 de Mayo de 2013). *WordPress.com* . Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de <http://lucyveron.wordpress.com/2012/05/23/243/>

- Vinueza, M. (22 de Octubre de 2012). *VOVOPAN del Ecuador*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de <http://ecuadorforestal.org/fichas-tecnicas-de-especies-forestales/ficha-tecnica-no-10-eucalipto/>
- Vive la Naturaleza.com. (s.f.). *Vive la NATURALEZA.com*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de <http://www.vivelanaturaleza.com/botanica/dienteLeon.php>
- Vizcarra Proyectos. (4 de Enero de 2013). *Vizcarra Proyectos Asesoría y Consultoría*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de <http://vizcarraproyectos.com/web/78/foto1/>
- Zurita, E. (2010). *Ruta Turística del Chagra del Cantón Mejía-Provincia de Pichincha*. Machachi.

## APÉNDICE A ESQUEMA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

<b>CAUSAS</b> →	<b>IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</b>	← <b>CONSECUENCIAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento histórico – cultural de la zona</li> <li>• Desconocimiento en técnicas de marketing</li> <li>• Poco ingreso de dinero por concepto de turismo</li> </ul>	<p><b>ESCASA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco desarrollo turístico del lugar</li> <li>• Desvalorización del potencial turístico de la zona</li> <li>• Baja dinamismo económico.</li> </ul>
<b>↑ INDICADORES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escaso material de promoción turística</li> <li>• Desconocimiento acerca de los atractivos de la parroquia</li> <li>• Escasa presencia de turistas en la zona</li> </ul>		

**APENDICE B MODELO DE ENCUESTA**



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**Encuesta con fines académicos**

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

**EDAD:**..... **GÉNERO:** M  F  **OCUPACIÓN:**.....

**NIVEL DE EDUCACIÓN:** Primaria  Bachillerato  Superior  Masterado  Doctorado

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

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

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

**3. ¿Conoce algún atractivo turístico en la parroquia de Aloasí?**  
Estación del tren   
Santuario de la Virgen de los Dolores   
Hacienda Cayetano   
Volcán El Corazón   
Bosque y Santuario de flora y fauna Cumbiteo   
Otros.....

**4. ¿Recomendaría visitar estos atractivos turísticos?**  
SI  NO

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

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

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

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

**8. ¿Cree que el gobierno central ayuda al desarrollo y promoción de la actividad turística en Aloasí?**  
SI  NO

**¿En qué forma?**.....

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

SI

NO

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

Trípticos (Información escrita)  Blog

Vallas publicitarias (Carteleras)  Redes Sociales (Facebook, etc.)

Página Web (Internet)  Material Audiovisual

Otros.....

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

Trípticos (Información escrita)  Blog

Vallas publicitarias (Carteleras)  Redes Sociales (Facebook, etc.)

Página Web (Internet)  Material Audiovisual

Otros.....

## APENDICE C MODELO DE ENTREVISTA



### INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE TURISMO Y HOTELERÍA

#### Entrevista con fines académicos

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

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

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

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

.....  
.....

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

.....  
.....

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

.....  
.....

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

.....  
.....

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

.....  
.....

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

.....  
.....

**7. ¿Ha sido beneficiosos la creación de los GAD's?**

.....  
.....

**8. ¿Cuál es el presupuesto a partir de ser un Gobierno Autónomo Descentralizado?**

.....  
.....

**9. ¿La población apoya al desarrollo de la actividad turística para generar ingresos en la parroquia?**

.....  
.....

**10. ¿Cree que su parroquia cuenta con planta turística como servicios de alojamiento, alimentación, transporte y operación turística necesaria para el desarrollo de la actividad turística?**

.....  
.....

**11. ¿Qué medios utiliza el gobierno parroquial para promocionar turísticamente sus atractivos?**

.....  
.....

## ANEXO 1 MODELOS DE FICHAS

### Ficha de Núcleo Poblacional

FICHA DE NÚCLEO POBLACIONAL		
1. LOCALIDAD	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. ACCESO 5. Desde:                      6. Vía, tipo y estado                      7. tiempo y medio de transporte		
8. BREVE DESCRIPCIÓN		
9. PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS		
Categoría	Tipo	Subtipo
R. Naturales		
R. Culturales		
R. Etnográficos		
Realizaciones Técnicas		
Realizaciones Programadas		
10. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO GENERALES		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Transporte públicos</li> <li>○ Gasolineras</li> <li>○ Teléfono Publico</li> <li>○ Oficina bancaria</li> <li>○ Cajero</li> <li>○ Centro de salud</li> <li>○ Primeros auxilios</li> <li>○ Farmacia</li> <li>○ Seguridad</li> <li>○ Centros escolares</li> <li>○ Centros culturales</li> <li>○ Centros deportivos</li> <li>○ Espacios recreativos</li> <li>○ Otros</li> </ul>		
11. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS PARA EL TURISMO		
Alojamiento	N	Tipo
Restaurantes	N	Tipo
Otros lugares de comida	N	Tipo
Empresas de actividades recreativas	N	Tipo
Empresas receptivo	N	Tipo
Otros	N	Tipo
12. OFICINA ITUR MAS PROXIMA:		
Fechas de apertura:		Horários:
13. PRINCIPALES PROBLEMAS		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Señalización</li> <li>○ Accesos</li> <li>○ Información</li> <li>○ Conservación urbana</li> <li>○ Saneamiento</li> <li>○ Circulación</li> <li>○ Limpieza y recogida de basura</li> <li>○ Seguridad</li> <li>○ otros</li> </ul>		
14. FUENTES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS		
15. Realizado por:		Fecha:



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

## Fichas de Alojamiento

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO		
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN	2. FICHA N	3. FICHAS ASOCIADAS
4. TELÉFONO	5. Email	6. WEB
7. OPERA DESDE		
8. TIPO Y CATEGORÍA:		
9. UBICACIÓN:		
Aislado	Núcleo poblacional	carretera
10 TIPO DE EDIFICIO		
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno
11 CAPACIDAD		
	Con baño	con duchas
		sin baño
Dobles		
Otras (múltiples)		
Total Habitaciones		
Total camas		
OTROS		
Capacidad Restaurante		
Capacidad salones		
<b>42. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Restaurante con especialidades locales</li> <li>○ Restaurante cocina internacional</li> <li>○ Bar</li> <li>○ Comida para llevar</li> <li>○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros</li> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Jardines/ terrazas para uso de clientes</li> <li>○ Actividades recreativas para clientes con medios propios</li> <li>○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas</li> <li>○ Piscina</li> <li>○ Salones para reuniones</li> <li>○ Juegos para niños</li> <li>○ Primeros auxilios</li> <li>○ Formas de pago</li> <li>○ Otros</li> </ul>		
<b>43. PERSONAL Y CAPACITACIÓN:</b>		
<b>44. FRECUENCIA Y TIPO DE CLIENTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fines de semana</li> <li>○ Semana</li> <li>○ Semana Santa</li> <li>○ Feriados</li> <li>○ Navidad</li> <li>○ Verano</li> </ul>		
<b>45. ESTANCIA MEDIA DE CLIENTES</b>		
<b>46. ACTIVIDADES QUE REALIZAN DURANTE LA ESTANCIA</b>		
<b>47. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Boca oreja</li> <li>○ A través de operadora(cuales)</li> <li>○ De los hoteles y hosterías</li> <li>○ Promoción directa propia</li> </ul>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pagina Web</li> <li>○ Reserva con anticipación</li> <li>○ Reserva      teléfono      Internet</li> <li>○ Otros</li> <li>○ Medios de transporte</li> </ul>	
<b>48. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Todo el año</li> <li>○ temporal (indicar época)</li> </ul>	
<b>49. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b> (permisos, registros y licencias)	
<b>20. Realizada por:</b>	<b>Fecha:</b>

### Fichas de empresas gastronómicas

EMPRESAS DE GASTRONOMÍA		
<b>1. NOMBRE Y DIRECCIÓN</b>	<b>2. FICHA N</b>	<b>3. FICHAS ASOCIADAS</b>
<b>4. TELÉFONO</b>	<b>5. Email</b>	<b>6. WEB</b>
<b>7. OPERA DESDE</b>		
<b>8. TIPO Y CATEGORÍA:</b>		
<b>9. UBICACIÓN:</b>		
Aislado	Núcleo poblacional	carretera
<b>10 TIPO DE EDIFICIO</b>		
Edificio histórico	Edificio Tradicional	Edificio Moderno
<b>11 CAPACIDAD</b> capacidad del Restaurante capacidad de los Salones Capacidad de Terrazas		
<b>12. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Restaurante con especialidades locales</li> <li>○ Restaurante cocina internacional</li> <li>○ Bar</li> <li>○ Comida para llevar</li> <li>○ Vehículos/ para el traslado de pasajeros</li> <li>○ Estacionamiento</li> <li>○ Jardines/ terrazas para uso de clientes</li> <li>○ Actividades recreativas para clientes con medios propios</li> <li>○ Actividades para clientes subcontratados a otras empresas</li> <li>○ Piscina</li> <li>○ Salones para reuniones</li> <li>○ Juegos para niños</li> <li>○ Primeros auxilios</li> <li>○ Formas de pago</li> <li>○ Otros</li> </ul>		
<b>13. PERSONAL Y CAPACIDAD</b>		
<b>14. FRECUENTACIÓN Y TIPO DE CLIENTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fines de semana</li> <li>○ Semana</li> <li>○ Semana Santa</li> <li>○ Feriados</li> <li>○ Navidad</li> <li>○ Verano</li> </ul>		

<b>15. COMO LLEGAN SUS CLIENTES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Boca oreja</li> <li>○ A través de operadora(cuales)</li> <li>○ De los hoteles y hosterías</li> <li>○ Promoción directa propia</li> <li>○ Pagina Web</li> <li>○ Reserva con anticipación</li> <li>○ Reserva      teléfono      Internet</li> <li>○ Otros</li> <li>○ Medios de transporte</li> </ul>	
<b>16. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Todo el año</li> <li>○ temporal (indicar época)</li> </ul>	
<b>17. SUGERENCIAS Y OBSERVACIONES</b> (permisos, registros y licencias)	
<b>18. Ficha realizada por:</b>	<b>19. Fecha:</b>

## ANEXO 2 MATERIAL FOTOGRÁFICO



