



CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA:

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LOS
VALLES INTERANDINOS DEL NORESTE DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”**

Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título
de Tecnología en Administración Turística

AUTOR: Joselyn Mynoska Corrales Pérez

DIRECTOR: Daissy Chaquinga López

D.M. Quito, abril de 2022

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a toda mi familia, por haber sido un soporte importante durante toda mi formación profesional. A mis amigas y compañeros de trabajo que me ayudaron adquiriendo conocimientos de turismo fuera del aula. A mi tío por ayudarme económicamente en el proceso de matriculación cuando no tenía los recursos para hacerlo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que fueron siempre mi apoyo, mis tíos que estuvieron pendientes y ayudaron cuando lo necesitaba, mi familia que es un motor para continuar siempre en todo lo que comience.

Agradezco a mi tutora Daissy Chaquinga por haberme aportado los conocimientos necesarios para culminar con mi proyecto de titulación

AUTORÍA

Yo, Corrales Pérez Joselyn Mynoska autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

JOSELYN MYNOSKA CORRALES PEREZ

Quito, 31 de marzo de 2022

ING. DAISSY B. CHAQUINGA LÓPEZ
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario “ITI”, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.



ING. DAISSY B. CHAQUINGA LÓPEZ

Quito, 31 de marzo de 2022

DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 03 días del mes de marzo de 2022, firmo conforme: Conste por el presente documento la cesión de los derechos del trabajo de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Yo, Corrales Pérez Joselyn Mynoska, bajo la dirección de Daissy Beatriz Chaquina López declaro ser el autor del trabajo de fin de carrera con el tema “Diseño de un producto turístico en los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito”, como requisito fundamental para optar por el título de Administración Turística, a su vez autorizo a la biblioteca del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, para que pueda registrar en el repositorio digital y difunda esta investigación con fines netamente académicos, pues como política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, los trabajos de fin de carrera se aplican, materializan y difunden en beneficio de la comunidad.

SEGUNDA: Los comparecientes Daissy Beatriz Chaquina López, en calidad de directora del trabajo fin de carrera y la Srta. Corrales Pérez Joselyn Mynoska, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos del trabajo fin de carrera y conceden la autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna. El Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

TERCERA: Las partes declaradas aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

ING. DAISSY CHAQUINGA L.

JOSELYN CORRALES PÉREZ

Quito, 31 de marzo de 2022

ÍNDICE

PORTADA	1
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORÍA.....	4
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	5
DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN	14
Antecedentes	14
Marco contextual.....	16
Análisis macro.....	16
Análisis meso	17
Análisis Micro.....	17
Problema de investigación	18
Definición del problema.....	18
Idea a defender	19
Objeto de estudio y campo de acción.....	19
Objeto de estudio:	19
Campo de acción:	19
Justificación.....	19
Objetivos	20
General	20
Específico.....	20
Síntesis de la introducción	20
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
Destino Turístico.....	22
Producto turístico	23
La programación turística	25
Cadena de valor del destino	25
Turismo en Pichincha.....	25
Importancia del turismo en el DMQ	26
Análisis de la zona de estudio	28
Parroquia Tababela.....	28
Parroquia Puenbo	29

Parroquia Tocachi	30
Parroquia Malchinguí.....	30
Fundamentación Técnica y/o Tecnológica.....	31
Análisis de las parroquias en estudio.	31
Atractivos turísticos de las parroquias de estudio	34
Fundamentación Conceptual.....	40
Fundamentación Legal	43
Síntesis del capítulo	45
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO	46
Tipos de investigación.....	46
Investigación Exploratoria	46
Investigación Descriptiva.....	46
Métodos de investigación.....	47
Cuantitativa	47
Cualitativa	47
Inductivo	48
Deductivo	48
Analítico.....	49
Sintético	49
Técnicas e instrumentos de investigación	50
Entrevista:	50
Encuesta:	50
Universo y muestra	51
Fórmula establecida	51
Muestreo tipo – No probabilística.....	51
Por conveniencia	52
Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados.....	52
Tabla de entrevistados.....	53
Análisis e interpretación de resultados.....	77
Síntesis del capítulo	80
CAPÍTULO III: PROPUESTA	81
Descripción de la propuesta	81
Metodología para el desarrollo del producto turístico	81
Viabilidad.....	83
Macro y micro localización.....	84
Desarrollo de la propuesta.....	87

Objetivos	87
General	87
Específicos	87
Identificación del mercado	87
Mercado 1.....	88
Mercado 2.....	90
Actividades a realizarse en las parroquias	92
Productos propuestos	102
Impacto.....	111
Síntesis del capítulo	111
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	117
Validación de instrumentos de investigación.....	117
Instrumento 1: Preguntas para entrevistas.....	117
Instrumento 2: Cuestionario encuesta	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis DAFO parroquia Tababela.....	31
Tabla 2 Análisis DAFO parroquia Puembo.....	32
Tabla 3 Análisis DAFO de la parroquia Tocachi	33
Tabla 4. Análisis DAFO de la parroquia de Malchingui.....	33
Tabla 5 Atractivos turísticos	34
Tabla 6 Resumen de las entrevistas desarrolladas a representantes de la comunidad de Cochasquí.....	53
Tabla 7 Rango de edad de las personas encuestadas	58
Tabla 8 Género de las personas encuestadas	59
Tabla 9 Nacionalidad de las personas encuestadas	60
Tabla 10 Lugar de residencia de las personas encuestadas.....	61
Tabla 11 Motivaciones de viaje de las personas encuestadas	62
Tabla 12 Tiempo disponible para hacer turismo de las personas encuestadas	63
Tabla 13 Interés de los encuestados por visitar los valles del noreste del DMQ ...	64
Tabla 14 Parroquias visitadas por las personas encuestadas	65
Tabla 15 Atractivos turísticos visitados y que son de interés para las personas encuestadas	66

Tabla 16 Inversión por persona por día en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ de las personas encuestadas.....	67
Tabla 17 Actividades de preferencia a efectuar en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ de las personas encuestadas.....	68
Tabla 18 Grado de importancia de las facilidades para las personas encuestadas .	69
Tabla 19 Grado de importancia de los servicios en los valles interandinos del noreste del DMQ.....	70
Tabla 20 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Tababela.....	72
Tabla 21 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Tocachí	73
Tabla 22 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia de Puenbo.....	74
Tabla 23 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Malchinguí	75
Tabla 24 Medio para la información del destino a visitar.....	76
Tabla 25 Mercado potencial 1.....	88
Tabla 26 Mercado potencial 2.....	90
Tabla 27 Actividades a realizarse en la parroquia Tababela.....	92
Tabla 28 Actividades a realizarse en la parroquia Puenbo	94
Tabla 29 Actividades a realizarse en la parroquia Tocachi.....	97
Tabla 30 Actividades a realizarse en la parroquia Malchingui	99
Tabla 31 Itinerario día 1.....	103
Tabla 32 Itinerario día 2.....	104
Tabla 33 Itinerario día 3	104
Tabla 34 Itinerario full day	109

INDÍCE DE FIGURAS

Figura 1 Consolidación de un Destino Turístico	22
Figura 2 Experiencias en el desarrollo de productos turísticos	24
Figura 3 Antecedentes históricos de los valles interandinos del noreste del DMQ.....	27
Figura 4 Rango de edades de las personas encuestadas	59
Figura 5 Género de las personas encuestadas	60
Figura 6 Nacionalidad de las personas encuestadas	61

Figura 7 Lugar de residencia de las personas encuestadas.....	62
Figura 8 Motivaciones de viaje de las personas encuestadas	63
Figura 9 Tiempo disponible para hacer turismo de las personas encuestadas	64
Figura 10 Interés de los encuestados por visitar los valles del noreste del DMQ	65
Figura 11 Parroquias visitadas por las personas encuestadas	66
Figura 12 Atractivos turísticos que interesan y visitados por las personas encuestadas	67
Figura 13 Inversión por persona por día en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ de las personas encuestadas	68
Figura 14 Actividades de preferencia a efectuar en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ	69
Figura 15 Grado de importancia de las facilidades en los Valles Interandinos del noreste del DMQ	70
Figura 16 Grado de importancia de los servicios en los valles interandinos del noreste del DMQ	71
Figura 17 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia de Tababela	72
Figura 18 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Tocachí	73
Figura 19 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Puembo	74
Figura 20 Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Malchinguí	75
Figura 21 Medios para la información del destino a visitar	77
Figura 22 Productos turísticos	82
Figura 23 Mapa de la parroquia Tababela	84
Figura 24 Mapa de la parroquia Puembo	85
Figura 25 Mapa de la parroquia Tocachi	86
Figura 26 Mapa de la parroquia de Malchingui	86
Figura 27 Targets identificados	87
Figura 28 Ruta vial día 1	105
Figura 29 Ruta en relieve día 1	106

Figura 30 Ruta vial día 2	106
Figura 31 Ruta en relieve día 2	107
Figura 32 Ruta vial día 3	107
Figura 33 Ruta en relieve día 3	108
Figura 34 Ruta vial full day	110
Figura 35 Ruta en relieve full day	110

RESUMEN

Debido a la falta de productos turísticos innovadores que incluyan más de una parroquia en los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito se origina la idea de la creación de un producto turístico para lograr aumentar la visita de turistas. Gracias a los atractivos turísticos con los que cuenta cada parroquia y la ventajosa ubicación geográfica, situándose cerca de la capital y de uno de los aeropuertos internacionales más importantes del país, se identificó el potencial turístico de la zona. Mediante la indagación en diferentes fuentes de información y el levantamiento de resultados de técnicas e instrumentos investigativos, la encuesta y la entrevista, se permitió diagnosticar la situación turística de los valles interandinos, atractivos turísticos, identificar a los potenciales turistas y su perfil de viaje, para según eso poder examinar los gustos y actividades, con toda esa información se realizó un producto turístico que cubra las necesidades y atraiga al visitante para que incremente el turismo en los valles interandinos para así ayudar a las comunidades y personas nativas de la zona con el aumento de ingresos.

Palabras claves: TURISMO, VALLES, INTERANDINOS, NORESTE, PRODUCTO.

ABSTRACT

Due the lack of tourist products that include more than one parish in the northeast valleys of the Metropolitan District of Quito, it arises an idea in order to create a touristic product to increases tourist visits. Thanks to the tourist attractions in the valleys and its location near the capital and one of the most important airports in the country, the potential of the area was identified. Through the researching of different sources of information and the delivery of results of research instruments and techniques in this case the survey and the interview, it diagnosed the tourist situation in the northeast valleys of the Metropolitan District, its tourist attractions, potential tourists and tourist profile, that information helped to test their likes and activities and helped to create a tourist product that cover their necessities and draw people to visit the valleys.

Key words: TOURISM, VALLEYS, DISTRICT, NORTHEAST, PRODUCT

INTRODUCCIÓN

Diseño de un producto turístico en los valles interandinos del noreste del

Distrito Metropolitano de Quito.

Antecedentes

En el Distrito Metropolitano de Quito se encuentran parroquias de gran potencial turístico como son Tababela, Puembo, Tocachi y Malchinguí, ubicadas en los valles interandinos al noreste de la capital, muchas de ellas poco exploradas, ideales para desarrollar un producto turístico.

Según el Gobierno de Pichincha (2019) Tababela y Puembo, forman parte de la zona centro de la provincia de acuerdo a la zonificación de la misma y están dentro del Distrito Metropolitano de Quito, mientras que la parroquia de Malchinguí y Tocachi forma parte del cantón Pedro Moncayo. (pp. 22-30)

Existen varios estudios turísticos previos en la zona, uno de los más recientes es el de la promoción turística del complejo “El Molino” en la parroquia de Tababela, se realizó para incentivar el turismo en el mismo, en el documento se encuentran datos importantes como la ubicación, atractivos turísticos, planta turística, transporte, vías de acceso, hace mención de que el último se encuentra en malas condiciones cuando se refiere al ingreso a atractivos turísticos, se menciona también los hoteles que hay en el sector que son cadenas internacionales importantes por su cercanía con el aeropuerto, se puede encontrar la cadena Wyndham, Eurobuilding, aparte de contar con complejos, quintas y haciendas de lujo y primera clase, cuenta con oferta gastronómica amplia, todo esto debido al aeropuerto. (Yela, 2019).

Según Fernández (2020), indica un levantamiento de información turística natural y cultural en la parroquia de Puembo para la creación de recorridos eco culturales para personas con capacidades especiales, donde hace mención sobre la buena planta hotelera que existe, cuenta con dos hoteles de categoría 5 estrellas, 1 con 4 y 3 estrellas, Quito Polo Club, Zayzant Ecolodge, Hostería San José de Puembo y Rincón de Puembo, también se refiere a los atractivos turísticos como el Chaquiñan que no cuentan con señalética que permita llegar hasta el mismo o en otros atractivos tanto naturales como culturales que les falta información, señalética, accesibilidad y facilidades de acuerdo al levantamiento realizado. (pp. 29-32)

Para Novillo (2016), en su investigación sobre el plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el cantón Pedro Moncayo alude a la parroquia Malchinguí y Tocachi, reconociendo sus atractivos turísticos naturales y culturales más importantes como el Parque Arqueológico Cochasquí, las lagunas de Mojanda, centro artesanal de Tocachi, entre otros, hace mención a interacción entre turista, naturaleza y comunidad sugiriendo con la indagación que es una exigencia del turista actual para llenar sus expectativas al momento de la visita al lugar turístico, concluye que el turista que más visita la parroquia Pedro Moncayo es el nacional y que por la falta de información de la población y de los turistas no hay incremento de visitas turísticas. (p. 106)

Según Suárez y Tigre (2015), en su trabajo de investigación de una de las parroquias de la zona de estudio Tocachi, recalca la falta de sitios de hospedaje en la parroquia, la escasa señalización a los atractivos turísticos y la falta de transporte

para llegar a los mismos, menciona que solo se puede ingresar a algunos por vehículo propio ya que no existen líneas de buses. (p.18)

De acuerdo a Martínez (2015), en la propuesta de validación para la aplicación de la metodología LAC (límites de cambio aceptable) en los senderos del Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem, habla de uno de los atractivos principales de la parroquia Malchinguí y que se van a incluir en el proyecto de investigación, menciona los servicios turísticos que ofrece el parque, cabalgatas, camping y senderismo, hace un análisis con el objetivo de llegar a conservar los recursos naturales del área por su importancia para la recreación y el turismo. (p.50)

Marco contextual

Análisis macro

De acuerdo a el Ministerio de Turismo Ecuador (2021), Quito ocupa el segundo lugar después de Guayaquil en ser la ciudad más visitada por turistas internacionales dentro del continente, por lo que el turismo en esta provincia es un importante generador socioeconómico del sector. Según Gobierno Provincial Pichincha (2020) “Pichincha es una tierra llena de volcanes, lagunas, ríos, cascadas y áreas para la conservación y para el desarrollo sustentable, como ejemplo están el Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem, la Reserva de Biosfera el Chocó Andino, Reserva Geobotánica Pululahua”. (p.5). Dentro de la provincia se pueden encontrar diferentes atractivos turísticos tanto culturales como naturales, siendo los más visitados los culturales, el centro histórico es el más frecuentado con un 67% de visitantes totales. (Quito Turismo, 2021)

Análisis meso

Siendo el Distrito Metropolitano el segundo lugar con más visitas de turistas en Ecuador continental después de Guayaquil, se puede encontrar diferentes programas turísticos ofertados por Quito Turismo, por agencias de viajes y operadores. El Quito tour bus, por ejemplo, el cual cuenta con una variedad de tours de hasta tres días. Existen varias rutas turísticas dentro del DMQ para que el turista pueda conocer la zona, se encuentra la ruta centro del mundo, centro histórico, barrios tradicionales, Quito moderno, ruta Belenes, rutas gastronómicas, ruta romance y libertadores, ruta de la palabra, Legado de los Franciscanos, entre otras. (Quito tour bus, 2021)

Análisis Micro

Los valles interandinos del noreste del DMQ tienen la característica de ser zonas áridas, la Parroquia de Tababela se encuentra en el valle de Tumbaco, donde se encuentra el aeropuerto internacional Mariscal Sucre, por lo cual el turismo en esta parroquia ha crecido en los últimos años, progresando en servicios turísticos como hoteles, restaurantes, agencias de viajes y tours por la zona. (GAD TABABELA, 2021, p.1).

La parroquia de Puembo también se ubica en este sector, la misma cuenta con varios atractivos turísticos especialmente naturales como el río Chiche, o el Chaquiñan. (Puembo Gobierno Parroquial, 2021)

En Tocachi según GAD Provincial Pichincha (2015) la parroquia se encuentra emprendiendo en el turismo comunitario y aquí se encuentran varios atractivos turísticos establecidos y otros con potencial que aún no se dan a conocer

mucho por los turistas, se destacan los atractivos como las lagunas de Mojanda, parque arqueológico Cochasquí, encañonada del río Pisque, iglesia colonial, entre otros. (p. 145)

Al igual que Tocachí, Malchinguí según el GAD provincial de Pichincha (2015) cuenta con recursos turísticos de gran potencial, pero sin los servicios ni organización necesaria, aquí se encuentra el Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem, Capacñan, Bosque Cascungo, entre otros. (p. 93)

Problema de investigación

Deficientes productos turísticos en los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito

Definición del problema

En los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito, existen varios atractivos turísticos tanto naturales como culturales, además de prestadores de servicios, sin embargo, existe un deficiente desarrollo de productos turísticos en el sector ya sea por el desconocimiento del potencial, recursos, prestadores de servicios, facilidades, procesos de comercialización que permitan establecer las condiciones que requiere el turista para vivir una experiencia. Existen rutas en cada parroquia, algunas de ellas diseñadas por la población local, donde no se incluye más de una de las parroquias en estudio como son Tababela, Puenbo, Tocachi y Malchinguí, por otro lado, la pandemia COVID -2019, contribuyó para frenar la actividad turística del sector, estancando algunas propuestas para impulsar el turismo de la zona.

Idea a defender

La Creación del producto turístico en los valles interandinos del Distrito Metropolitano de Quito, permite el incremento de flujo turístico en la zona, mejorando el desarrollo económico de las poblaciones locales.

Objeto de estudio y campo de acción**Objeto de estudio:**

Diseño de un producto turístico en los valles interandinos del Distrito Metropolitano de Quito

Campo de acción:

Las parroquias de Tababela, Puembo, Tocachi y Santiago de Malchinguí de los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha

Justificación

Dentro de los lugares más visitados en Ecuador se encuentra la ciudad de Quito, con atractivos turísticos importantes no solo en el centro histórico sino también en sus parroquias rurales, que pueden ser potenciadas turísticamente, en este caso los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito, que cuentan con un clima privilegiado, que, pese a ser seco por falta de precipitaciones, cuenta con una gran biodiversidad.

Mediante la creación del producto turístico en los valles interandinos del noreste del DMQ se puede incrementar la visita de más turistas interesados en conocer sus atractivos naturales y culturales, con el objeto de poder mejorar el

desarrollo económico de las poblaciones locales, facilitar a los prestadores de servicios turísticos a mejorar sus ingresos y favorecer a la conservación de los recursos turísticos de la zona.

Objetivos

General

Diseñar un producto turístico en los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito, mediante la elaboración de rutas para el incremento del flujo turístico en la zona.

Específico

- Analizar la zona de estudio mediante la investigación de cada una de las parroquias y componentes turísticos que la conforman.
- Identificar la situación turística en los valles interandinos del noreste del DMQ, mediante el levantamiento de información.
- Elaborar una propuesta que permita impulsar el desarrollo turístico de las parroquias de estudio.

Síntesis de la introducción

Pichincha es una de las 24 provincias del Ecuador ubicada al norte del país, el Distrito Metropolitano de Quito, es uno de sus ocho cantones, al noreste del mismo se encuentran los valles interandinos con un clima cálido seco característico de la zona, Tababela, Puembo, Tocachi y Santiago de Malchinguí son parroquias que forman parte de la zona, estas se caracterizan por actividades agropecuarias, pero poseen un potencial turístico para poder realizar un producto turístico, sin embargo

no se han desarrollado nuevos productos turísticos que atraigan al turista y que unan todas las parroquias por lo que el propósito sería realizar uno con las herramientas que se tenga al alcance.

Se busca el desarrollo turístico en la zona, mediante el diseño de un producto turístico que permita incrementar la afluencia de turistas por ende la mejora de la calidad de vida de los pobladores.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Destino Turístico

Según la OMT (2019) el destino turístico es “un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar”. También menciona que reúne a los productos, servicios, actividades y experiencias en un mismo territorio o zona, incorpora agentes distintos que se extienden para formar destinos más colosales, tiene una imagen que lo representa del resto para poder competir en el mercado turístico. (p. 15)

Según el Gobierno de la República del Ecuador (2021), Ecuador ha ganado varios premios en el World Travel Award, son premios mundialmente reconocidos que recompensan la excelencia en la industria del turismo y hotelería, el país obtuvo su sello seis veces como destino verde de la región, obteniendo la sexta en 2021, también se encuentra la capital como siete veces destino líder de Sudamérica. (p.1)

Se puede concluir que la imagen de un destino es clave para atraer a los turistas.

Figura 1

Consolidación de un Destino Turístico



Nota: Información tomada de Salas Rodrigo, 2019.

Producto turístico

Gómez (2014) afirma que de acuerdo a varios autores el producto turístico “es una combinación de elementos tangibles e intangibles, con una alta dependencia del recurso atractivo existente en el espacio físico de que se trate”, menciona también que estos elementos son dados a los turistas con el objetivo de satisfacer sus deseos y necesidades de viaje, hace referencia también a uno de los autores más conocidos Kotler que desarrolla el concepto de producto como “una oferta integrada de múltiples elementos que pueden contribuir a activar los recursos de cada sistema productivo local” y agrega que esto se cumple bajo los fundamentos de desarrollo sostenible y brinden productos que cautiven a grupos determinados de consumidores con el objetivo de satisfacer sus deseos y necesidades de viaje. (p.4)

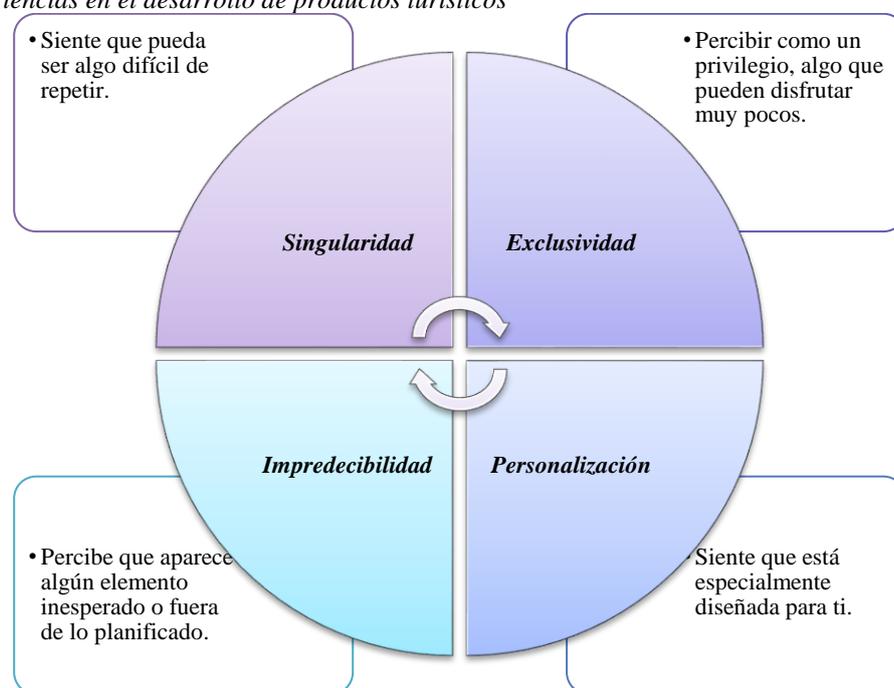
Otra autora que habla sobre producto turístico es Colina (2009) donde menciona que el punto de partida del marketing es el producto, sugiriendo que una empresa tiene que tener un producto adecuado para estimular la demanda. (p.25)

De acuerdo al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile (2015), existen cinco pasos para el diseño de un producto turístico, el primer paso se genera con una idea, elaborando mapas mentales con ideas que vayan surgiendo después se va clasificando los resultados por temática y factibilidad, dentro de este primer paso entran los clientes donde enfatiza en conocer al turista potencial ya que se debe conocer el segmento para poder diseñar en base a ellos el producto, para poder conocer al viajero es importante hacer un perfil del mismo y también estar al tanto del destino, clasificarlo ya que indican puede ser principal o secundario, los destinos principales son los que atraen a turistas por si solos y los secundarios los que cuentan con atractivos interesantes pero no tan importantes como los anteriores. El

segundo paso es el diseño conceptual de un producto turístico donde se escogen los servicios complementarios como alojamiento, transporte, alimentación, etc., en esta parte hacen alusión a responder a beneficios vivenciales, emociones, status, realizaciones personales que tengan los posibles clientes, brindando beneficios al turista de acuerdo a su perfil. El tercer paso es crear un modelo de negocio donde se enfoca en las características del consumidor, los canales de distribución y precio del producto final revisando costos. El cuarto paso habla de la implementación habilitando los recursos físicos, financieros, intelectuales o humanos, comercialización del producto y por último el quinto paso es el testeo y retroalimentación donde se planifica para los cambios del mercado. (pp. 42-92)

Figura 2

Experiencias en el desarrollo de productos turísticos



Nota: Información tomada de Adaptado de Identidad y desarrollo,2020.

La programación turística

Es la primera fase de la producción de un paquete turístico según Chan (2005), el primer paso para programar es determinar el objetivo del programa, después se diseña el circuito uniendo los atractivos turísticos para pasar al itinerario donde se suman las prestaciones y servicios turísticos complementarios, después se selecciona los prestadores de los servicios proveedores y cotización para finalizar con la operación del tour o paquete realizado. (p. 87)

Cadena de valor del destino

De acuerdo a Gómez (2014), se trata de las actividades ya sean primarias o de apoyo que le dan el valor para poder tener una ventaja competitiva y diferenciarse de otros productos, viéndose un producto valioso al cliente cubriendo sus necesidades y deseos, definiendo las actividades e integrándolas en subprocesos que se ligan de acuerdo al papel que les corresponde dentro del producto, esto según la autora permite identificar los puntos débiles que generan costo innecesario para trabajar en ellos que son puntos débiles y poder desarrollarlos para que puedan generar una diferencia y valor, generando una ventaja competitiva. (p. 3)

Turismo en Pichincha

Dentro de la provincia según el PDOT Gobierno de la Provincia Pichincha (2015) el cantón con mayor visita de turistas es el DMQ, el cual sirve como punto de distribución de turistas a otras partes del país, se coloca en primer lugar en turismo dentro de Pichincha, los demás cantones por su parte atraen principalmente turismo interno. (p. 54)

Según datos de Quito Turismo (2021) en el 2019 se registraron unas 684.390 llegadas de turistas a Quito, y se registró a la Mitad del Mundo como el atractivo turístico más visitado en ese año y el principal mercado se destaca el de Estados Unidos.

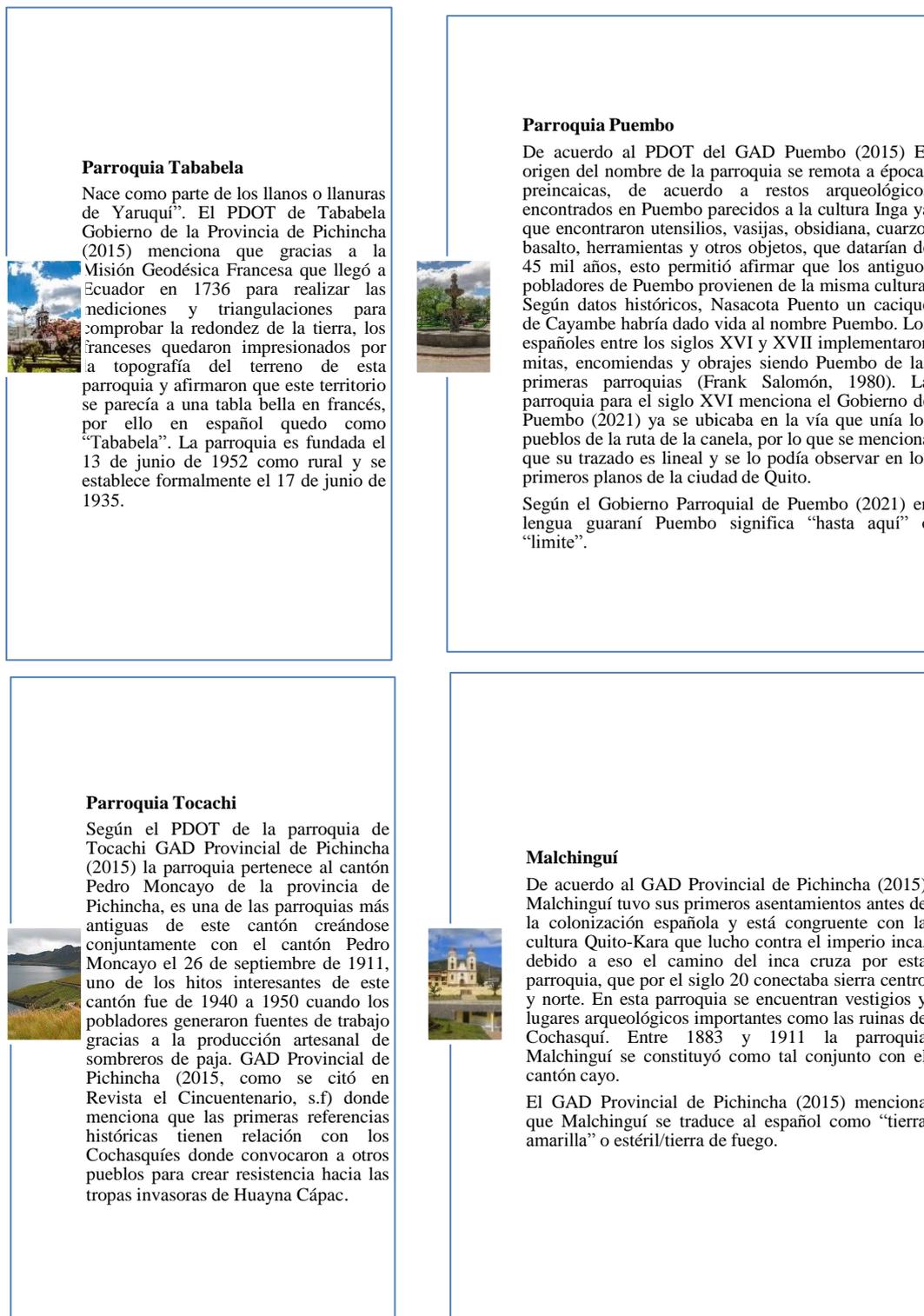
Importancia del turismo en el DMQ

Hablar de la importancia del turismo para la economía de un territorio involucra contar con datos que corroboren ese aporte. Según cifras e información de Quito Turismo (2021) menciona que:

El DMQ es el cantón más visitado por turistas dentro de Pichincha y Ecuador, los ingresos que deja el turismo son importantes para la economía local, antes de la pandemia se registró ventas locales turísticas en el DMQ de 2.272 millones de dólares. La estancia de los turistas se mantiene desde el 2019 hasta 2021 en 5 días a pesar de la pandemia, mientras que el gasto medio diario por turista se mantiene entre \$101,83 en 2019 y en 2021 \$100,00, solo en el DMQ se encuentran 4858 establecimientos turísticos entre agencias turísticas, operadoras, restaurantes, sitios de alojamiento, transporte y sitios de recreación y esparcimiento. (pp.1-2)

Figura 3

Antecedentes históricos de los valles interandinos del noreste del DMQ.



Nota: Información tomada de los PDOT de la parroquia de Tababela, Puenbo, Tocachi y Malchinguí por el GAD Provincia de Pichincha, 2015.

Análisis de la zona de estudio

Parroquia Tababela

De acuerdo al PDOT del GAD Provincial de Pichincha (2015), menciona:

Tababela forma parte del Distrito Metropolitano de Quito, se ubica a 25 km de la capital al noroeste de la misma, entre los meridianos 78 y 79 de longitud occidental entre el paralelo 0 y 1 de longitud sur, en la parroquia se encuentra también la vía E35, una de las principales troncales del país. La parroquia limita al norte con Guayllabamba, al sur con Pifo, al este con Yaruquí y al oeste con las parroquias de Puembo y Llano Chico. En cuanto a su altura esta aproximadamente 2519 sobre el nivel del mar, siendo este el nivel más alto de la misma, su clima es cálido seco y cuenta con una superficie de 25.40 km². (p.10)

Al hablar de su componente biofísico, el GAD Provincial de Pichincha (2015) menciona que la parroquia cuenta:

La vegetación arbustiva seca y húmeda y pastos en el sector externo del aeropuerto. El relieve de la parroquia en su mayoría es plano, solo una pequeña parte hacia el norte tiene una pequeña gradiente, razón por la que en esta parroquia se construyó el nuevo aeropuerto Mariscal Sucre. El suelo de la parroquia en su mayoría es para fines agrícolas, sin embargo, por el nuevo aeropuerto ha ido creciendo los asentamientos humanos por lo que en los últimos años se ha usado el suelo para construcciones. En cuanto al suelo de la parroquia tiene un área de 9.54 km². (pp. 19-27)

En cuanto a los factores climáticos de la parroquia GAD Provincia de Pichincha (2015) afirma que:

Julio y agosto se presentan precipitaciones bajas mientras que marzo, abril, octubre y noviembre demuestran mayores precipitaciones, en total la parroquia tiene 650vpm de precipitaciones. Su clima preponderante es el cálido seco con temperaturas de 17°C, en los meses de verano julio, agosto y septiembre en la parroquia se manifiestan fuertes vientos, también la misma es afectada por el cambio climático tornándose su temperatura elevada en los meses secos y muy baja en época lluviosa. (p.30)

Parroquia Puembo

El PDOT del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Puembo (2012), menciona que:

La parroquia se encuentra ubicada al noreste del Distrito Metropolitano de Quito en el valle de Tumbaco, limita al norte con las parroquias de Llano Chico y Tababela, al sur con Tumbaco y Pifo, al este con Tababela y al oeste con Zámiza y Tumbaco, el clima es cálido seco con temperaturas que varían entre los 16.5 y 18.6 grados centígrados, los meses de marzo, abril, octubre y noviembre muestran mayor precipitación, por otro lado julio y agosto tiene precipitaciones bajas, las épocas lluviosas se observan entre los meses de marzo, abril, octubre y noviembre. Los pobladores se dedican a la agricultura, ganadería, actividad pecuaria como principales actividades económicas, el sector servicios y construcción son el sector secundario que también ayuda a la economía del sector, el sector turístico también es importante, en la parroquia existen fincas, hosterías y atractivos con potencial turístico, como el sector de los Arrayanes, quebradas del río

Chiche y Guambi, entre otros, esta actividad por la zona está más orientada al turismo rural, agroturismo, turismo deportivo, de aventura, cultural y ecoturismo. (pp. 32-53)

Parroquia Tocachi

Según el PDOT de la parroquia de Tocachi GAD Provincia de Pichincha (2015), menciona que:

Tocachi forma parte del cantón Pedro Moncayo ubicado al nororiente de la provincia de Pichincha a 48 km de la capital. El clima de la parroquia varía por la altitud, aproximadamente tiene una media de 14 grados centígrados con un clima templado frío, la mayoría de su población se dedica a la agricultura y cultivo de flores con florícolas familiares, entre los productos más vendidos en Tocachi están las papas y cereales, la crianza de animales también es una actividad que practican los locales para la comercialización de carne de gallinas, cerdos y cuyes. Por otro lado, las vías en toda la parroquia son de tercer orden, pero se encuentran en buen estado para transitar, el turismo comunitario es el que prevalece gracias a las asociaciones que emprendieron en la actividad. (pp. 23-44)

Parroquia Malchinguí

De acuerdo al GAD Provincia de Pichincha (2015), hace referencia que:

Malchinguí es una parroquia que pertenece al cantón Pedro Moncayo a 45 minutos aproximadamente de la capital, su clima es templado frío con temperaturas aproximadas de 13 grados centígrados anuales, los meses más

secos son junio, julio, agosto y parte de septiembre, los meses con más lluvia son marzo, abril, mayo, octubre, noviembre y diciembre. Sus pobladores se dedican principalmente a la agricultura, avicultura, producción de leche, apicultura, producción hortícola, existen también pocas florícolas que ayudan a la economía del sector, el sector turístico solo ocupa un 7% del total de las actividades económicas, colocándose por debajo del sector industrial, sin embargo, es el sector con mayor potencial dado que la parroquia tiene un patrimonio intangible y grandes aéreas naturales con una biodiversidad muy alta por sus pisos climáticos. (pp. 22-140)

Fundamentación Técnica y/o Tecnológica

Análisis de las parroquias en estudio.

Tabla 1

Análisis DAFO parroquia Tababela

Fortalezas	Oportunidades
F.1 Cuenta con el aeropuerto internacional Mariscal Sucre.	O.1 Cuenta con vías de ingreso (ruta viva) a la parroquia en buen estado.
F.2 Creciente entrada de turistas extranjeros (turismo receptivo) debido al aeropuerto.	O.2 Cercanía a la capital del país.
F.3 Posee excelentes prestadores de servicios de alojamiento con cadenas internacionales como Wyndham Quito Airport, Holiday Inn Quito Airport, EB, entre otros.	O.3 Sirve de paso a los turistas debido al aeropuerto.
F.4 Cuenta con una variedad de servicios de alimentación como Quinta la Toscana, Bocatto da Fiorentino, entre otros.	
F.5 Abarca servicios como bancos, cajeros, cambiadores de moneda, alquiler de autos, tiendas de souvenirs y varias líneas de transporte, taxis y carros.	
F.6 Existe buena conectividad	

F.7 Se aplican buenas normas de bioseguridad para recuperar la seguridad del turista.	
Debilidades	Amenazas
D.1 Atractivos turísticos poco conocidos.	A.1 Cambios climáticos que dañen el entorno.
D.2 Falta de promoción de los atractivos turísticos.	A.2 Baja afluencia de turistas debido a pandemias como el COVID.
D.3 Mal estado de mantenimiento conservación de los atractivos turísticos.	A.3 Políticas públicas
D.4 Baja afluencia turística en los atractivos por el desconocimiento.	A.4 Desastres naturales
D.5 Deficiente calidad en atención y servicio al cliente.	

Nota: Esta tabla muestra el FODA de la parroquia Tababela, (2022).

Tabla 2

Análisis DAFO parroquia Puenbo

Fortalezas	Oportunidades
F.1 Cuenta con importantes atractivos turísticos naturales y culturales como el Chaquiñán, comunidad Yunguilla, entre otros.	O.1 Se encuentra cerca de la capital del país.
F.2 Tiene una importante riqueza natural, cultural e histórica.	O.2 Importante ingreso turístico por las parroquias cercanas como Tababela.
F.3 Cuenta con buenos servicios de alojamiento como Puenbo Birding Garden.	O.3 Aspecto socio cultural.
F.4 Diversidad biológica.	
F.5 Desarrollo de aviturismo en la zona por las especies endémicas y nativas de la zona.	
Debilidades	Amenazas
D.1 Falta de promoción de los atractivos turísticos.	A.1 Cambios climáticos que dañen el entorno y los atractivos.
D.2 Mal estado de mantenimiento conservación de los atractivos turísticos.	A.2 Baja afluencia de turistas debido a pandemias como el COVID.
D.3 Baja afluencia turística en los atractivos por el desconocimiento.	A.3 Políticas públicas
D.4 Baja capacidad hotelera y de restauración.	

Nota: Esta tabla muestra el FODA de la parroquia Puenbo, (2022).

Tabla 3*Análisis DAFO de la parroquia de Tocachi.*

Fortalezas	Oportunidades
F.1 Cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales, su atractivo insignia y de presencial ancestral el Complejo Arqueológico Pirámides de Cochasquí.	O.1 Se encuentra cerca de la capital del país. O.2 Proximidad con otros atractivos turísticos de diferentes parroquias.
Debilidades	Amenazas
D.1 Falta de promoción de los atractivos turísticos.	A.1 Cambios climáticos que dañen el entorno y los atractivos.
D.2 Mal estado de mantenimiento conservación los atractivos turísticos.	A.2 Baja afluencia de turistas debido a pandemias como el COVID.
D.3 Baja afluencia turística en los atractivos por el desconocimiento.	A.3 Políticas públicas
D.4 Mal estado de las vías de acceso a la parroquia por ende a los atractivos.	
D.5 Escasa señalética a los atractivos.	
D.6 Deficiencia en los servicios básicos.	
D.7 Deficiencia en conectividad.	

Nota: Esta tabla muestra el FODA de la parroquia Tocachi, (2022).

Tabla 4.*Análisis DAFO de la parroquia de Malchingui.*

Fortalezas	Oportunidades
F.1 Cuenta con atractivos turísticos naturales, culturales y arqueológicos como el bosque protector Jerusalem, Mojanda, entre otros.	O.1 Potencial para ser parte del programa socio bosque por su vegetación. O.2 Proximidad con otros atractivos turísticos de diferentes parroquias.
F.2 Por esta parroquia pasa el atractivo turístico del camino del inca o Capac Ñan.	O.3 Desarrollo de ecoturismo por su vegetación y biodiversidad.
F.3 Importante riqueza natural.	
Debilidades	Amenazas
D.1 Baja promoción turística.	A.1 Cambios climáticos que dañen el entorno y los atractivos.
D.2 Insuficiente infraestructura turística.	
D.4 Mal estado de mantenimiento conservación los atractivos turísticos.	A.2 Baja afluencia de turistas debido a pandemias como el COVID. A.3 Políticas públicas

Nota: Esta tabla muestra el FODA de la parroquia Malchingui, (2022).

Atractivos turísticos de las parroquias de estudio

Dentro del levantamiento de atractivos se puede observar que la mayoría son poco conocidos y otros tienen el potencial para ser atractivos turísticos, pero les falta infraestructura y una buena planta turística, en la tabla No. 5 se identifica los atractivos y recursos turísticos de cada parroquia y su descripción.

Tabla 5

Atractivos turísticos

Parroquia	Atractivos	Descripción	Gráfico
Tababela	El Higuieron	Centro de pesca deportiva	
	Molino de Piedra Guambi	Complejo y hacienda Guambi	
	Hostería mi Huasipungo	Hostería y restaurante	
	Hostería el Colibrí	Hostería y restaurante	
	Centro turístico Vergel	Centro turístico con áreas verdes, senderos ecológicos, camping,	

		laguna, canchas deportivas y salón de eventos.	
	Pirámide de Caraburo	Pirámide Geodésica de Caraburo	
	Centro de Tababela	Parque central, iglesia antigua	
	Mirador Tababela	Mirador ubicado en el barrio Guambi	
	Vertientes y cascadas de Guambi	Vertientes y cascadas ubicadas en el barrio Guambi	
Pumbo	Ciclo vía el Chaquiñan.	Ruta de ciclismo que atraviesa las parroquias de Cumbayá, Tumbaco y Pumbo, recorre un tramo del antiguo ferrocarril que unía la sierra con la costa.	

Complejo turístico el Molino Guambi	Complejo turístico ubicado entre dos laderas en Puembo.	
Cañón el Chiche	Cañón del río Chiche	
Centro histórico de Puembo	Centro histórico conformado por un parque central con una pileta que data de 1948 e iglesias y casas históricas.	
Hostería San José de Puembo	Hotel histórico que forma parte de la cadena internacional Ascend Collection de Choice Hotels International.	
Hostería Rincón de Puembo	Hostería de estilo histórico.	
Eventos La Guardia	Quinta para eventos son salones y	

		hospedaje Laguardia.	
	Iglesia el Chiche	Iglesia católica colonial Nuestra Señora del Chiche, que data de 1547.	
	Hostería La Lomita	Quinta para eventos y bodas.	
	Comunidad Yunguilla	Turismo comunitario Yunguilla ubicado en el bosque nublado del mismo nombre, cuentan con restaurante, hospedaje en la comunidad y tours.	
Tocachi	Lagunas de Mojanda.	Complejo lacustre conformado por tres lagunas que se encuentran en las faldas del cerro Fuya Fuya.	
	Parque arqueológico Cochasquí	Parque arqueológico compuesto por 15 pirámides truncas y 21	

montículos
funerarios pre
incas y 4
museos de sitio

La iglesia
Colonial y el
parque central.

Parque central
conformado con
la iglesia central
colonial y casa
antiguas a su
alrededor.



Fiestas
populares
como el baile
de Bombos y
Flautas

Forma parte del
patrimonio
cultural
inmaterial del
Ecuador, es una
expresión
musical y de
danza de los
pobladores.



Bosque Virgen
de Tocachi

Bosque virgen
que se encuentra
por Cochasquí
en las faldas de
Mojanda.



Cascada
Coventuco

Cascada



Cascada Suro
Cucho

Cascada de unos
treinta metros de
altura



Malchinguí	Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem.	Bosque seco tropical de altura de 1100 hectáreas.	
	Iglesia de Malchinguí.	Iglesia de Malchinguí.	
	Mirador del Campanario	Mirador	
	Qhapaq Ñan (Camino real del Inca)	Es un sistema vial antiguo creado por los Incas que cubre varios kilómetros	
	Bosque de Cascungo y Pumamaqui.	Bosque primario	
	Colina el Campanario	Colina de forma cónica de 2 825 metros de altura, pertenece al bosque húmedo montano bajo.	

Nota: Información tomada de la página del Gobierno Autónomo Descentralizado de las parroquias Tababela, Puembo, Tocachi y Malchinguí (2015) y GAD provincia de Pichincha (2015).

Fundamentación Conceptual

Turismo: Para la OMT (2021) “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”. (s.f)

Otra definición conocida y las más antigua es de los autores Walter Hunziker y Kart Krapf, Universidad de Murcia (2012) que definieron al turismo como “el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”. (p. 3)

Entre todas las definiciones existentes, concuerdan en que el turismo existe gracias a que las personas se movilizan del sitio de su residencia a otro, por diferentes motivaciones tales como; tiempo de esparcimiento, negocios, visitar amigos, entre otros, por un tiempo menor a un año, ayudando a la economía del lugar que visitan.

Turismo emisor: Según la Universidad de Murcia (2012) el turismo emisor es “el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él (outbound)”. (p. 7). Para la OMT (2008) “el turismo emisor es consumo turístico de un visitante residente fuera de la economía de referencia”. (s.f). En conclusión, el turismo emisor es cuando las personas viajan por diferentes motivaciones fuera de su país de origen ayudando a la economía del país donde van a hacer turismo.

Turismo receptor: Según Universidad de Murcia (2012) el turismo receptor “es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan él (inbound, incoming)”. (p.7)

Para la OMT (2008) es “El consumo turístico de un visitante no residente en la economía de referencia”. (s.f). En conclusión, el turismo receptor son las personas no residentes del país que visitan generando entrada de divisas procedente del exterior.

Turismo interno: Según Universidad de Murcia (2012) el turismo interno “es el que realizan los residentes de un país cuando viajan dentro de él (domestic)”. (p.7)

Para la OMT (2008) es “El consumo turístico de un visitante residente en la economía de referencia (CST: RMC 2008, gráfico 2.1)” (s.f)

En conclusión, el turismo interno son las personas residentes del país viajando a el mismo país de residencia generando beneficios económicos en su país ya que no salen divisas.

Destino turístico: Según la OMT en su documento de definiciones de turismo (2019), el destino turístico es:

Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado. (p.4)

El destino turístico, en conclusión, es un área que está compuesta por atractivos, productos, servicios y actividades turísticas para poder comercializarse a los viajeros.

Producto turístico: Según Chan (2005), el producto turístico forma parte de un producto mayor que es el destino y está compuesto por sub-productos como los servicios de alojamiento, transporte, gastronomía y actividades recreativas el cual se ofrece al turista. (p.11)

El producto turístico es un servicio que se ofrece al viajero interesado en visitar el destino, incluyendo todos los servicios como alojamiento, transporte, gastronomía y actividades recreativas para que pueda disfrutar su viaje.

Servicio de alojamiento: Según Serrano y Silva (2012), el alojamiento es “la acción y efecto de alojar o alojarse, hospedar. El uso más frecuente del término ésta vinculado al lugar donde las personas pernoctan generalmente en medio de un viaje”. (p. 6)

El servicio de alojamiento en turismo es cuando se facilita el hospedaje a los viajeros.

Servicio de alimentación: Según Gastronomía Internacional (2020), el servicio de alimentación tiene como propósito cumplir con satisfacer los gustos alimenticios del cliente mediante platos que cumplen con estrictas normas sanitarias en la manipulación de alimentos y condiciones de higiene óptimas del personal encargado. (p.1)

El servicio de alimentación se proporciona a los turistas en un establecimiento que cumple todas las normas sanitarias y de higiene para satisfacer la necesidad alimenticia de los viajeros.

Transporte turístico: Según Camposano y Serrano (2016), “la finalidad de los medios de transporte en el sistema turístico, es facilitar el desplazamiento del

turista, utilizando medios que permitan el acceso a los atractivos turísticos”. (p. 22)

El transporte turístico es un servicio importante y complementario en un paquete turístico, permite el traslado de los turistas hacia los sitios turísticos, de pernoctación y alimentación.

Ruta turística: Según Chan (2005), la ruta turística facilita el encuentro entre el turista y el lugar y tiene como objetivo la promoción de un área o región con potencialidad turística. Se asienta en un circuito turístico y pueden abordar diferentes temáticas y ofrecerse en con los formatos de senderos o paseos temáticos depende si se desarrollan en un espacio rural o urbano. (p. 18)

En conclusión, la ruta turística se basa en un circuito y puede realizarse en un área rural o urbana ayudando a promocionar una zona turística potencial.

Itinerario personal: De acuerdo a Chan (2005), el itinerario personal “se trata de la descripción de un determinado recorrido que suministra datos sobre los atractivos situados en él. Su objeto es orientar al turista”. (p. 19)

El itinerario es una herramienta importante dentro del paquete turístico, que cumple con la función de detallar el recorrido a realizar en el viaje, siempre de manera personalizada de acuerdo a la solicitud del usuario.

Fundamentación Legal

De acuerdo al documento de ley de turismo del Ecuador de donde se desprenden demás reglamentos y normativas, Congreso Nacional (2014) se menciona al turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento

de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”. (p.1)

Según el artículo 24 de la ley de turismo, Congreso Nacional (2014) las áreas naturales del país su operación turística está disponible para armadores y operadores nacionales, extranjeros con autorización, personas jurídicas con nacionalidad ecuatoriana y sucursales de empresas extranjeras domiciliadas de manera legal en el país. (p.5)

Es importante mencionar también el artículo 30 de la ley de turismo donde, Congreso Nacional (2014) establece que “los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones” esto con la condición que los turistas tengan facturas por valores de 50 dólares americanos en adelante, según el reglamento de esta misma ley definirá las circunstancias, instrucciones y parámetros para aplicar el beneficio y deducción de valores correspondientes a gastos administrativos del proceso de la devolución del IVA. (p.7)

El artículo 43 de la ley de turismo del Ecuador, Congreso Nacional (2014) alude a la interdicción de cualquier discriminación a los extranjeros u otro grupo de turistas en lo que respecta a tarifas y tasas por los servicios turísticos. (p.9)

Cabe mencionar el reglamento especial de turismo en áreas naturales, Rafael Correa Delgado, (2016) en el artículo número 31 del mismo alude las modalidades que son permitidas dentro de las áreas naturales del estado, las cuales son: turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo de aventura, ecoturismo, turismo educativo

y otras modalidades de turismo compatibles con la normativa y cumplan con el principio de sostenibilidad y otros principios ambientales conocidos en la ley. (p.11)

Entre algunos de los más importantes derechos y obligaciones de los huéspedes según el Ministerio de Turismo (2016) están el informar a los mismos de manera legible los impuestos, tasas y costos del alojamiento, las políticas del lugar donde se van a hospedar, recibir el servicio conforme a lo que contrató, pagó y se promociona al huésped, las personas que vayan a requerir de hospedaje tienen que presentar documentos de identidad previo el check in. (p.5)

Síntesis del capítulo

Al noreste del Distrito Metropolitano de Quito en los valles interandinos se encuentran las parroquias Tababela, Puembo, Tocachi y Malchinguí, las cuales son objeto de estudio de este trabajo de titulación, se realiza un análisis técnico de las mismas, observando la situación turística, investigando sus atractivos principales y también los potenciales, vías de acceso, conectividad, servicios turísticos como alimentación, hospedaje, ubicación de los atractivos, clima, historia de la parroquia y su cultura, para que con esa información recopilada se pueda generar una propuesta que atraiga al turista y fomente el turismo de la zona.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO

Tipos de investigación

Investigación Exploratoria

Para Esteban & Fernández (2009) la investigación exploratoria “persigue aproximación a una situación o problema. Se desarrollan, en general, cuando los investigadores no tienen conocimientos profundos de los problemas que están estudiando”. (p.35)

Se realizó una investigación exploratoria a través de una encuesta a personas tanto nacionales como extranjeras, como potenciales turistas interesados en hacer turismo en valles interandinos del noreste del DMQ, con un banco de 10 preguntas específicas con el fin de conocer su perfil, motivaciones de viaje, su tiempo disponible para hacer turismo, preferencias en actividades turísticas y atractivos, costos, entre otros.

Investigación Descriptiva

Según Namakforoosh (2005) la investigación descriptiva “es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio.” También hace mención al instrumento de la entrevista donde alude que “cuando se entrevista a alguien en la etapa de consultar a expertos se debe tratar de saber su opinión acerca del sujeto de la investigación y sus puntos de vista.”. (p. 91)

Se ejecutó una investigación descriptiva por medio de dos entrevistas, a los señores Juan Carlos Espinosa Mármol presidente de la comunidad de Cochasquí y a Orlando Hidalgo líder de opinión de la misma, por medio de la plataforma zoom, donde se les efectuó preguntas para conocer la situación turística de la zona,

accesibilidad a los atractivos, situación por la pandemia, ingresos que deja el turismo a la comunidad, atractivos potenciales, entre otras, con el objetivo de poder recopilar la información y analizar los mejores atractivos que puedan formar parte del producto turístico para así poder atraer y satisfacer al turista.

Métodos de investigación

Cuantitativa

Barragán, Salman, Ayllón, Córdova, Langer, Sanjinés y Rojas (2003) definen que “uno de los rangos más importantes de la investigación cuantitativa es que opera fundamentalmente con cantidades y que su propósito final es establecer semejanzas y diferencias en términos de proporciones”. (p. 118)

Se utilizó el método cuantitativo por medio de la encuesta, para conocer datos como las edades de los turistas potenciales, cuanto estarían dispuestos a pagar por el producto turístico, número de días disponibles para hacer turismo, la cantidad de actividades que prefieren hacer cuando viajan, entre otros datos cuantitativos que ayudaran para realizar la propuesta del producto turístico, conociendo más sobre el turista.

Cualitativa

Para Ruiz (2012) el método cualitativo “pone su énfasis en estudiar fenómenos sociales en el propio entorno natural en el que ocurren, dando primacia a los aspectos subjetivos de la conducta humana sobre las características objetivas”. (p.44)

Con este método se estudió una de las comunidades que se encuentran en una de las parroquias de estudio, como en este caso es Cochasquí ubicada en Tocachi, a través una de las técnicas de investigación cualitativa como es la entrevista, con el objetivo de conocer la situación turística en el sector, como ayuda al turismo a nivel económico a la zona, cuáles son los atractivos turísticos que más ayudan a conseguir ingresos, como están las vías de acceso a los atractivos, cual es el grado de conservación del principal atractivo (Parque arqueológico Cochasquí), por medio de personas de la comunidad, el líder de opinión y el presidente de la misma.

Inductivo

Según Melo (2007) las características del método inductivo es la observación de los hechos, de registros o documentos sobre hechos, la observación es la base para elaborar hipótesis. (p.23)

El método inductivo en este proyecto inicio con la observación de cada una de las características de las parroquias, antecedentes históricos, situación turística, mediante la investigación en los PDOT y las páginas de los GAD de las parroquias en estudio, para que se elaboren diversas conclusiones, por lo cual este método señala el punto de partida al problema detallado con el objeto de elaborar una solución al problema planteado.

Deductivo

Para Abreu (2014) “El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o

enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad”. (p.200)

Este método abordó la indagación de fenómenos generales, con el propósito de crear hechos particulares, según la observación de la situación turística de las parroquias y sus atractivos, para poder llegar a una conclusión de cada uno de los objetos de estudio.

Analítico:

Para Maya (2014) “Se fundamenta en la premisa de que a partir del todo absoluto se puede conocer y explicar las características de cada una de sus partes y de las relaciones entre ellas.”. (p.13)

Este método permitió que se ejecute una descomposición ordenada a cada elemento que tiene el fenómeno de estudio que en este caso se comenzó por analizar la provincia de Pichincha, seguido del Distrito Metropolitano, las parroquias de los valles interandinos del noreste del DMQ y al final sus atractivos y recursos turísticos.

Sintético

Para Maya (2014) “es el que analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas”. (p.14)

Gracias al método sintético se sumó las partes de un todo, se resume y agrupa armónicamente los objetos de estudio para sintetizar la situación turística de los valles interandinos del noreste del DMQ ubicado en la provincia de Pichincha, para con esa síntesis poder plantear una propuesta que ayude al problema de la investigación.

Técnicas e instrumentos de investigación

Entrevista:

Para Godínez (2013) “El objetivo de la entrevista es encontrar lo que es importante y significativo para los informantes y descubrir acontecimientos y dimensiones subjetivas de las personas tales como creencias, pensamientos, valores, etc.” (p. 4)

Se aplicó la entrevista semiestructurada ya que se determinó cual era la información relevante que se quería recopilar, haciendo preguntas abiertas sobre la situación turística en la comunidad de Cochasquí y en la parroquia, con el objetivo de extraer de primera mano datos del ambiente turístico de la zona, los servicios y facilidades con los que cuentan. (Ver instrumento 1)

Encuesta:

Según la RAE (2022) la encuesta “es un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan”. (p.1)

Para Espinosa (2016) la encuesta electrónica o también llamada encuesta online es muy fácil de difundir y contestar. (p. 172)

Se escogió la encuesta electrónica debido a la facilidad para difundirla entre los potenciales turistas, utilizando una aplicación de google forms, la cual es gratuita y permite obtener las respuestas en tiempo real, la cantidad de encuestados y el porcentaje de respuesta a cada pregunta. Se plantearon diez preguntas, entre cerradas, en escala de Likert y selección múltiple, para obtener información sobre conductas de viaje, opiniones y preferencias de los participantes referente al objeto de estudio que en este caso es el producto turístico que se quiere realizar en los

valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito. (Ver instrumento 2)

Universo y muestra

Dentro de la aplicación de la fórmula se identificó que no se contaba con datos que muestren la cantidad de turistas que llegaban a dos de las parroquias en estudio, Malchinguí y Tocachí, por lo que se aplicó aquella con desconocimiento del universo para poder sacar la cantidad de personas a las que se debe aplicar la encuesta.

Para el cálculo de la fórmula se consideró un nivel de confianza del 90% correspondiente a 1.65 y un margen de error del 10%, ya que por cuestiones de pandemia se dificulta el hacer las encuestas en campo directamente a los visitantes, debido a la baja afluencia de los mismos.

Fórmula establecida

Cálculo de la muestra sin conocer la población

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

n= universo o población

Z= nivel de confianza (1.65)

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.50)

q= probabilidad de fracaso (0.50)

d= precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (0.1)

Muestreo tipo – No probabilística

Por conveniencia

Según Hernández y Carpio (2019), el muestreo por conveniencia se caracteriza por obtener muestras representativas cualitativamente por la inclusión de grupos aparentemente característicos entre sí de utilidad para el investigador y selecciona a propósito a los sujetos de la población a los que se tiene posible acceso por medio de convocatorias abiertas en las que la gente participa voluntariamente hasta que se logra llegar al número necesario para la muestra. (p.1)

El tipo de muestreo que se escogió fue por conveniencia ya que se seleccionó a personas dentro y fuera del país que tendrían el interés en hacer turismo en los valles del noreste del DMQ y contribuyan llenando la encuesta con las diferentes preguntas sobre el tema.

Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados obtenidos

Para la presentación de resultados se analiza tanto las entrevistas como las encuestas realizadas, es importante considerar que el aporte contribuye a la construcción de datos que permitan el desarrollo de la propuesta. Es así que dentro de las entrevistas se tiene los siguientes resultados;

Tabla de entrevistados

Tabla 6

Resumen de las entrevistas desarrolladas a representantes de la comunidad de Cochasquí

Preguntas	Presidente de la Comunidad de Cochasquí	Líder de opinión de la comunidad
Descripción del entrevistado	Sr. Juan Carlos Espinosa Mármol presidente de la comunidad Cochasquí	Sr. Orlando Hidalgo líder de opinión de la comunidad Cochasquí
Sobre la comunidad y su participación en actividades turísticas	La comunidad en sí, casi no participa mucho en las actividades turísticas, únicamente cuando alguna entidad realiza alguna invitación por el tema de que se tiene lo autóctono de la comunidad que son los Bombos y Flautas, que es declarado patrimonio cultural inmaterial de la región andina del Ecuador, eso es en lo que prácticamente interviene la comunidad, ha habido muchos ofrecimientos de parte de ciertas entidades gubernamentales de turno los cuales han hecho algunos ofrecimientos de formar una escuela para que continúen con esta tradición de la comunidad y no dejarla perder, pero lastimosamente se ha quedado en palabras.	La comunidad está un poco distante del atractivo mayor que es el Parque Arqueológico, en teoría se ha dicho que como comunidad son los dueños y herederos, pero en la práctica es el consejo provincial el que administra el atractivo y la comunidad es aparte, están desarrollándose con sus propios medios e iniciativas con gente de la comunidad.
Beneficios de la actividad turística para la Comunidad	Los beneficios directamente en sí a la comunidad de la actividad turística no son muchos, porque las tolas de Cochasquí es el principal atractivo turístico, la vía de acceso allá prácticamente bordea la comunidad, los turistas ingresan por diferentes vías y pasan directamente a las tolas de Cochasquí que es administrada por el consejo provincial, se tiene una organización pequeña que son de la	No se tiene, aprovechan la coyuntura de que el turista va desde diferentes puntos al Parque Arqueológico y eso es lo que ha permitido que un grupo de comuneros formen una asociación turística y están trabajando junto al parque, lo están haciendo en la parte gastronómica.

comunidad, son los únicos que algo se pueden beneficiar los fines de semana brindándoles alimentación, hidratación, a las personas que visitan, de ahí casi nada más.

Atractivos con potencial turístico en la comunidad	Con más potencial son las Pirámides de Cochasquí, lo segundo es el tema de la tradición que son Bombos y Flautas, tienen una cascada también que tendrían que organizarse y ver la manera ya de sentar las vías para que también puedan visitar las personas y obviamente promocionar, porque estos años por la pandemia no se ha podido hacer nada, está un poco descuidado el tema vial, las respectivas mingas para la limpieza de los accesos, van a seguir trabajando de acuerdo a lo que se pueda.	Están viendo la posibilidad de ver los otros atractivos naturales que tienen como son la cascada del Suro Cucho, que es una cascada de unos treinta metros de altura, hacia el norte del Parque Arqueológico, donde se recogen las aguas del páramo de Mojanda y parte de esa agua les sirve a la comunidad, entonces ahí se forma una cascada y actualmente la asociación está realizando algunos trabajos para habilitarle y poder llevar turistas, otro atractivo es la granja agroecológica, la escuela de agroecología que está fomentándose, el baile tradicional de Bombos y Flautas que fue declarado patrimonio cultural inmaterial por el parlamento andino.
Grado de conservación del Parque Arqueológico Cochasquí	Esto lo ha venido manejando el consejo provincial y se ve que lo están haciendo bien, la comunidad no tiene gerencia allá, pero el grado de conservación se mira que, si tiene su trabajo, esa predisposición de seguir manteniéndole como tiene que ser para que se conserve por muchísimos años más y las nuevas generaciones sigan conociendo la historia de Cochasquí.	La conservación como está bajo la administración del consejo provincial, ellos lo mantienen, lo cuidan, lo están administrando, la comunidad sabe poco del trabajo que ellos hacen, en cambio sus están dando los primeros pasos, tienen mucho que hacer todavía, pero siguen en el camino.
Evolución de la actividad	Ha decaído muchísimo, las restricciones por el tema del COVID han sido	En relación a lo que fue en sus inicios en el año 85, 90 hasta el

turística en Cochasquí en los últimos años	<p>severas, luego se han venido ciertas variantes y se sigue con los contagios, siguen estancados, no pueden arrancar en empezar a potencializar el tema turístico, muchísima gente iba antes de la pandemia, pero hoy tal vez un diez por ciento, se espera que poco a poco vaya calmando este tema de la pandemia y se vaya poco a poco retomando las actividades para que el tema turístico retome nuevamente su potencial.</p>	<p>2000 ha habido un aumento considerable, tanto es así que antes de la pandemia se tenía una afluencia semanal de 300 turistas a la semana.</p>
Evolución de las visitas turísticas antes y después de la pandemia y el perfil de turista que lo visita.	<p>Muchas clases de turistas tanto nacionales como extranjeros, sobre todo de las grandes ciudades, obviamente como es conocido a nivel mundial hay mucha gente que se interesa en conocer cómo ha surgido Cochasquí, la historia, pero sobre todo visitan mucho la gente citadina por los paisajes hermosos, la vista, la historia y si se van fascinados y eso se debe potencializar, pero se espera ir de a poco.</p>	<p>Hasta antes de la pandemia se tenía una afluencia de 300 turistas a la semana, visitaban instituciones educativas, escuelas, colegios y universidades, iban entre semana, y fines de semana había turistas nacionales, extranjeros, familias, pero eso fue hasta antes de la pandemia, se espera a ver cómo va la situación sanitaria para ver qué camino seguir.</p>
Prestadores de servicios calificados en Cochasquí	<p>No se cuenta con gente que preste servicios calificados en hotelería y turismo, en el parque si hay gente calificada pero eso es interno eso lo maneja el consejo provincial, simplemente ha sido la comunidad, los directivos, la gente que ha querido colaborar y emprender alguna cosa, pues se lo ha hecho empíricamente, tratando de brindar el mejor servicio que se pueda y que se tenga a la mano, porque para esta situación se debe tener el conocimiento profesional y eso no lo tienen, poco a poco se ira también teniendo talleres para ir incluyendo y</p>	<p>No se tiene prestadores de servicios calificados. El único restaurante que está atendiendo es el de la asociación que esta frente al parque, dentro del parque hay un espacio para camping, que está bajo la administración del consejo provincial, la comunidad no tiene acceso a esa información, el consejo es muy reservado en ese tema.</p>

capacitándoles a las personas que están al frente y desarrollando esa pequeña actividad, para que vayan profesionalizándose, brindando el servicio que realmente el turista lo necesita y que cuando va a Cochasquí aspira, eso van a seguir trabajando con esa asociación para instruir y que brinden un mejor servicio a los turistas. En cuanto a los servicios de alojamiento dentro de las pirámides si lo hay, pero aparte de la comunidad realmente no hay, tienen un compañero comunero que está haciendo su inversión privada con recursos propios y está realizando un muy bonito hotel con todos los servicios, piscina, canchas, cabañas rústicas de lujo, se espera en los próximos meses lo inauguren y se les invita a todas las personas que se acerquen, eso también va a ser un atractivo turístico para la comunidad.

Cochasquí como destino turístico, facilidades, accesibilidad y conectividad

Eso es un problema que tienen, el acceso principal, las condiciones no son buenas, es un objetivo principal iniciar gestiones para poder potencializarle, adecuarle de la mejor manera, para que los turistas lleguen tranquilamente con sus vehículos, entonces se ha tenido conversaciones con la alcaldía, se ha comprometido en ver si es que se puede arreglar el camino para que cualquier vehículo pueda ingresar con facilidad y también hacerle un anillo vial que obligatoriamente tenga que pasar por la comunidad de Cochasquí, también se tiene planificado hacer unas ferias si el camino se lo da, ferias los fines de

La accesibilidad existe, lamentablemente el acceso más directo es la subida desde el peaje, la cuestión vial está bien deteriorada no ha habido mantenimiento y los otros dos accesos que se tiene son por los lados laterales, por el lado de Malchinguí, el lado de Tocachi que ya es una vía asfaltada, pero en cambio es darse más vuelta, entonces si hubiera la posibilidad de que hubiera un acceso directo sería mejor.

semana con gastronomía, con artesanías de la comunidad, ventas de los bombos, de las flautas elaboradas en la comunidad y que sea un ingreso para la misma, ese es el proyecto, es un trabajo en conjunto ya que también se depende de los comuneros.

Mensaje a los estudiantes de turismo El Ecuador es un país muy hermoso, con atractivos turísticos y que mejor que se especialicen en eso, poco a poco se va a seguir trabajando para que sea mucho más asequible, más fácil, más atractivo, sobre todo del acceso de las pirámides para que la gente llegue sin ningún problema y disfrute y si desean quedarse pues poco a poco ya se va a tener un hotel o si desean quedarse en las tolas. Las vías que se está trabajando se espera se pueda realizar por lo menos un 50 %. Muchísimas felicitaciones y se invita que vayan a Cochasquí, disfruten de todos los paisajes y de todas las cosas bonitas que tienen.

Nota: Información tomada de la entrevista, Corrales Joselyn (2022)

Después de haber analizado las entrevistas de los dos ponentes se puede ver que dentro de las coincidencias se generaron las siguientes conclusiones; la comunidad tiene escasa participación en las actividades turísticas debido a que se encuentran lejos del atractivo principal que es el Parque Arqueológico Cochasquí, la vía principal no pasa por la comunidad si no que la bordea y los turistas ingresan por diferentes vías, adicional a esto el atractivo esta administrado por el consejo provincial por lo que no tienen gran participación ni beneficios económicos más que algunos comuneros que participan en el parque arqueológico brindando

servicios alimenticios, por lo que manifestaron tener más beneficios de su actividad turística autóctona Bombos y Flautas el cual es patrimonio cultural inmaterial del país declarado por el parlamento andino y se apunta como el atractivo con más potencial turístico después de las pirámides, también comentaron como atractivo con potencial a la cascada Surocucho. La actividad turística se ha visto afectada por la pandemia, antes de ella coinciden en que tenían más turistas visitando la zona tanto nacionales como extranjeros, también coinciden en que la comunidad no tiene prestadores de servicios calificados dado que las personas de la comunidad lamentablemente no están capacitadas ni tienen el conocimiento para hacerlo, solo cuentan con un restaurante el de la asociación frente al parque arqueológico, asimismo uno de los problemas son las vías de acceso a la zona está en malas condiciones y sin buen mantenimiento.

Por otro lado, las encuestas realizadas a los turistas, luego de la validación de la información se obtiene resultados socio demográficos, que indica:

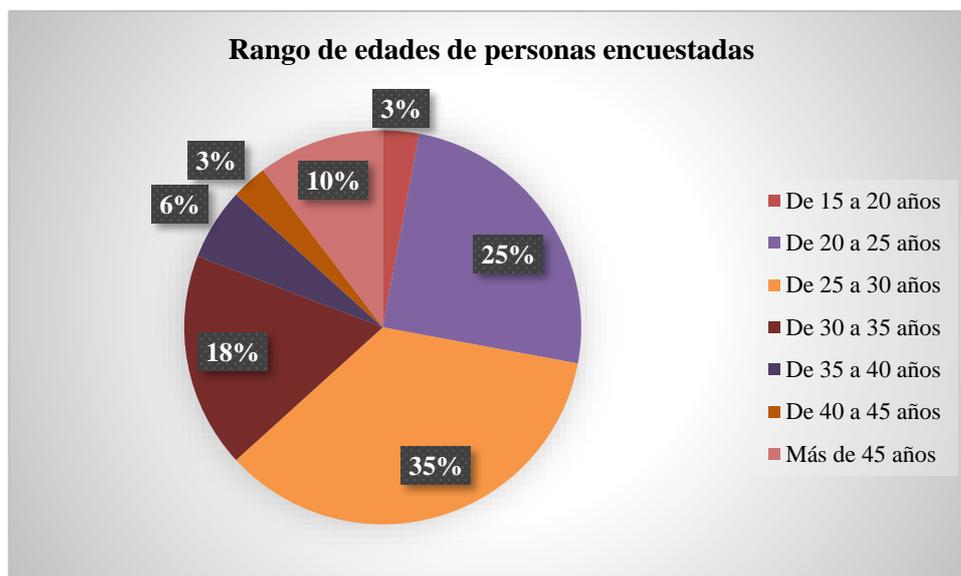
Tabla 7

Rango de edad de las personas encuestadas

Edad	No. Personas	Porcentaje
De 15 a 20 años	2	3%
De 20 a 25 años	17	25%
De 25 a 30 años	24	35%
De 30 a 35 años	12	18%
De 35 a 40 años	4	6%
De 40 a 45 años	2	3%
Más de 45 años	7	10%
Total	68	100%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 4
Rango de edades de las personas encuestadas



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De la cantidad de encuestas aplicadas se puede observar que la mayoría de personas que participaron en la misma tienen un rango de edad de entre 25 a 30 años ocupando el 35%, lo que se puede considerar un target bastante interesante para el tipo de propuesta que se va a planificar, se enfocaría a una generación millennial, la cual es bastante joven y en su mayoría se encuentran trabajando ya que forman gran parte de la población económicamente activa en el país.

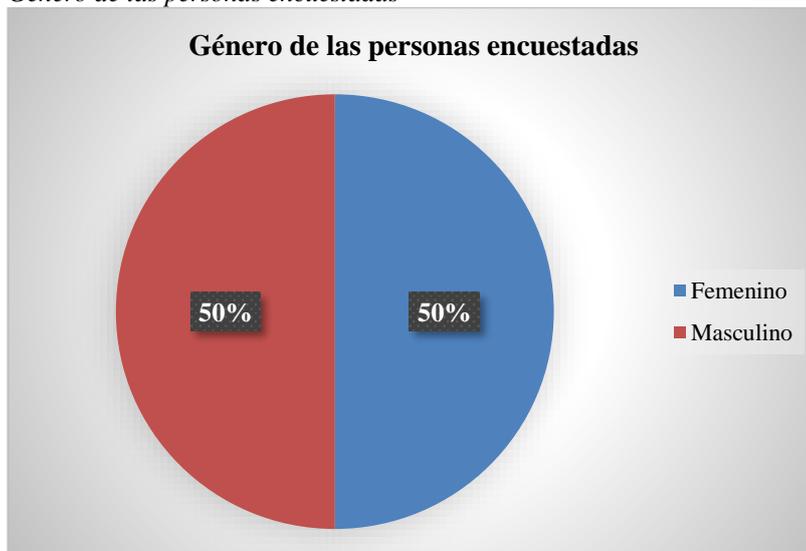
Tabla 8

Género de las personas encuestadas

Género	No. Personas	Porcentaje
Femenino	34	50%
Masculino	34	50%
Total	68	100%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 5
Género de las personas encuestadas



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De las encuestas aplicadas se puede notar que 34 son hombres y 34 mujeres, el porcentaje en género está equilibrado por lo que indica que tanto hombres como mujeres estarían interesados en conocer el producto turístico a implementar en los valles interandinos del noreste del DMQ.

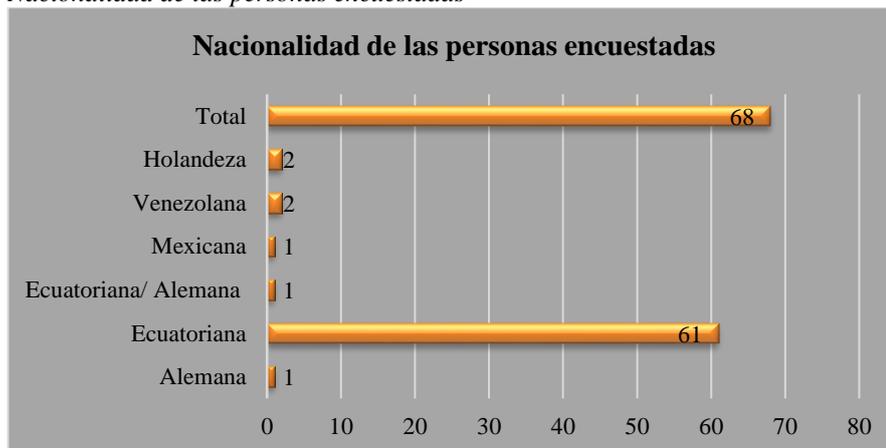
Tabla 9

Nacionalidad de las personas encuestadas

Nacionalidad	No. Personas
Alemana	1
Ecuatoriana	61
Ecuatoriana/ alemana	1
Mexicana	1
Venezolana	2
Holandesa	2
Total	68

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 6
Nacionalidad de las personas encuestadas



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

Se puede observar que la mayoría de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana superando el 50% con 61 personas, lo cual indica que la propuesta se podría enfocar más en turistas nacionales, debido a que los extranjeros interesados serían solo 6 del total de los 68 encuestados.

Tabla 10

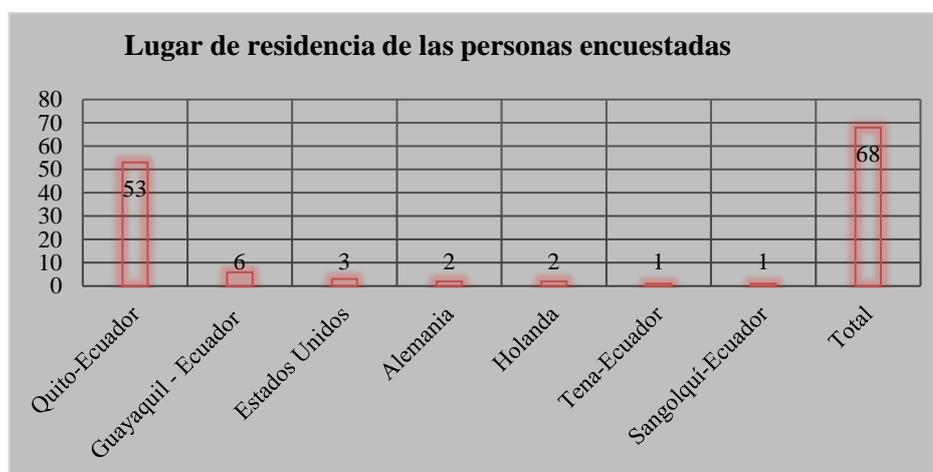
Lugar de residencia de las personas encuestadas

Lugar de residencia	No. Personas
Quito-Ecuador	53
Guayaquil - Ecuador	6
Estados Unidos	3
Alemania	2
Holanda	2
Tena-Ecuador	1
Sangolquí-Ecuador	1
Total	68

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 7

Lugar de residencia de las personas encuestadas



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De las 68 encuestas aplicadas se puede distinguir que 53 personas viven en Quito, 6 en Guayaquil, 1 en Tena y en Sangolquí, dando un total de 61 residentes en Ecuador y solo 7 en el extranjero, con la información obtenida se podría planificar algo interesante para la propuesta tomando en cuenta a turistas nacionales y extranjeros. Además, se analizó las tendencias de viaje que se manejan dentro de los encuestados:

Tabla 11

Motivaciones de viaje de las personas encuestadas

Motivaciones de Viaje	Cantidad de personas
Vacaciones, recreo y ocio	65
Visita a familiares y amigos	31
Educación y formación	5
Salud y atención médica	1
Religión y peregrinación	0
Compras	14
Tránsito	2
Negocios y motivos profesionales	11
Otra	2
Total	131

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

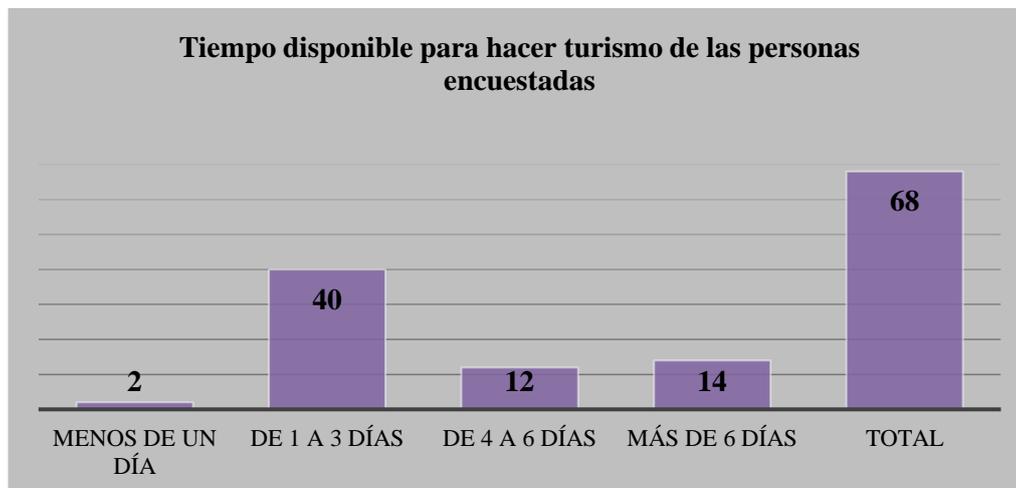
Figura 8*Motivaciones de viaje de las personas encuestadas**Nota:* Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)**Interpretación:**

Se puede distinguir vacaciones, recreo y ocio como las principales motivaciones de viaje de las personas encuestadas, siendo 65 los que prefieren el ítem, concluyendo que la mayoría viaja para satisfacer su necesidad de relajación y descanso lo cual permitirá dar un mejor enfoque para la propuesta que se va a planificar.

Tabla 12*Tiempo disponible para hacer turismo de las personas encuestadas*

Tiempo disponible para hacer turismo	No. Personas
menos de un día	2
De 1 a 3 días	40
De 4 a 6 días	12
Más de 6 días	14
Total	68

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 9*Tiempo disponible para hacer turismo de las personas encuestadas**Nota:* Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)**Interpretación:**

De la cantidad de encuestas aplicadas se puede observar que 40 personas tienen de 1 a 3 días disponibles en su agenda para hacer turismo, mientras que en segundo lugar se encuentran personas que pueden hacer turismo de más de 6 días siendo estas 14, datos que aportan para que se pueda calcular mejor los días en los que se va a realizar el producto turístico.

Tabla 13*Interés de los encuestados por visitar los valles del noreste del DMQ*

Interés por visitar los valles del noreste del DMQ	No. Personas	Porcentaje
si	66	97%
no	2	3%
Total	68	100%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 10

Interés de los encuestados por visitar los valles del noreste del DMQ



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

Se puede mirar que de las 68 personas encuestadas el 97% les gustaría visitar los valles del noreste del DMQ, por lo que se puede deducir que la gente si está interesada en viajar y hacer turismo en ese sector y eso favorece para que se siga con la propuesta a planificar.

Tabla 14

Parroquias visitadas por las personas encuestadas

Parroquias visitadas por las personas encuestadas	No. Personas
Tababela	45
Tocachí	19
Puembo	43
Malchinguí	27

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 11*Parroquias visitadas por las personas encuestadas*

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De la cantidad de encuestas aplicadas se puede notar que la mayoría de gente que participó han visitado la parroquia Tababela con un total de 45 visitantes, siendo Puembo la parroquia que le sigue con 43, Malchinguí con 27 y Tocachí 19, se puede concluir que debido al aeropuerto la mayoría de los turistas y personas pasan por esa parroquia lo cual es favorable dado que las otras parroquias estarían por ser exploradas a nivel turístico.

Tabla 15*Atractivos turísticos visitados y que son de interés para las personas encuestadas*

Atractivos turísticos que interesan y visitados por las personas encuestadas	No. Personas encuestadas
Molino de Piedra (Parroquia Tababela)	34
Cañón del río Chinche (Parroquia Puembo)	25
Parque arqueológico Cochasquí (Parroquia Tocachi)	29
Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem (Parroquia Malchinguí)	40
Puembo birding garden (Parroquia Puembo)	26
Otros (Ruta escondida, Rumibosque)	2
Ninguna	1

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 12*Atractivos turísticos que interesan y visitados por las personas encuestadas**Nota:* Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)**Interpretación:**

En esta pregunta se puede observar que la mayoría de personas han visitado o les gustaría visitar el Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem ubicado en la parroquia de Puenbo siendo 40 individuos interesados, seguido por el Molino de Piedra en la parroquia Tababela con 34, parque arqueológico Cochasquí con 29, Puenbo Birding Garden con 26, Cañón del río Chinche 25 y por último hay dos personas que sugirieron dos atractivos que están fuera de las parroquias en estudio, lo cual resulta interesante para tomar en cuenta al momento de escoger los atractivos para el producto turístico a crear.

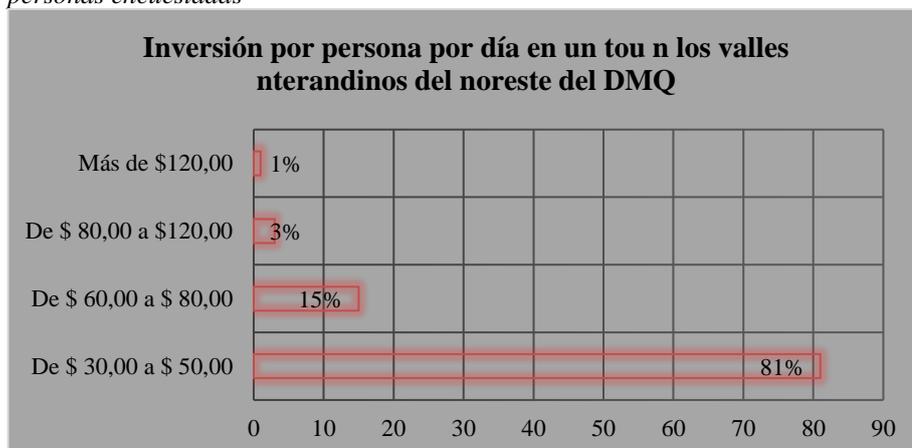
Tabla 16*Inversión por persona por día en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ de las personas encuestadas*

Inversión por persona por día en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ	No. Personas	Porcentaje
De \$ 30,00 a \$ 50,00	55	81%
De \$ 60,00 a \$ 80,00	10	15%
De \$ 80,00 a \$120,00	2	3%
Más de \$120,00	1	1%
Total	68	100%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 13

Inversión por persona por día en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ de las personas encuestadas



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De la cantidad de personas encuestadas se observa que 55 de las 68 personas totales prefieren tener una inversión por persona de \$30,00 a \$50,00 diarios, lo cual implica que en su gran mayoría no querrían gastar más de esa cantidad en un tour en los valles interandinos del DMQ de Quito, los datos sirven para poder saber cómo cotizar un tour que no sobrepase esa cantidad.

Tabla 17

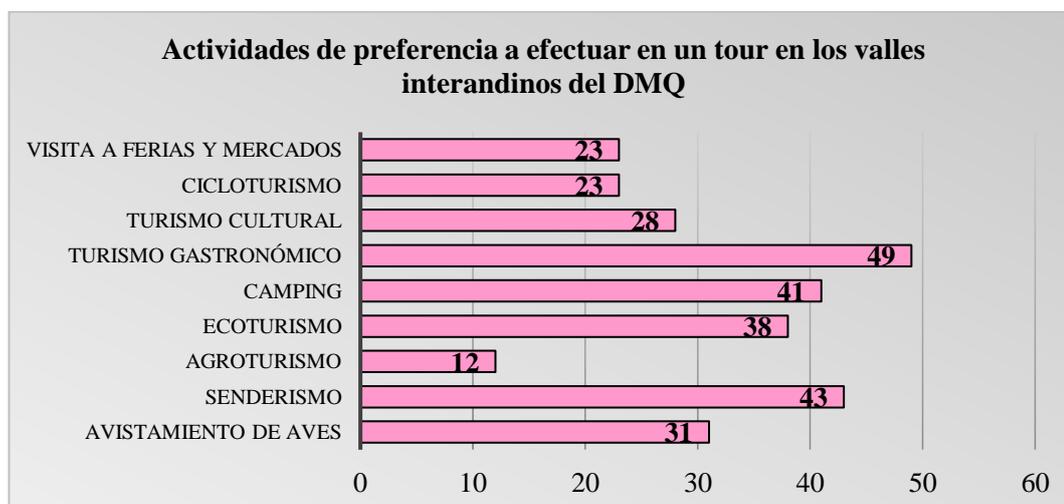
Actividades de preferencia a efectuar en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ de las personas encuestadas

Actividades de preferencia a efectuar en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ de las personas encuestadas	No. Personas
Avistamiento de aves	31
Senderismo	43
Agroturismo	12
Ecoturismo	38
Camping	41
Turismo gastronómico	49
Turismo cultural	28
Cicloturismo	23
Visita a Ferias y mercados	23

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 14

Actividades de preferencia a efectuar en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

Como se observa en el gráfico y la tabla, de las 68 personas encuestadas 49 están más atraídas hacia un turismo gastronómico, seguido por el senderismo, el camping y ecoturismo, las cuatro actividades son las que sobresalen por lo que se podrían incluir principalmente a la gastronomía y cualquiera de las otras actividades en la propuesta a realizar dependiendo de la disponibilidad que tengan de la actividad en las parroquias.

Tabla 18

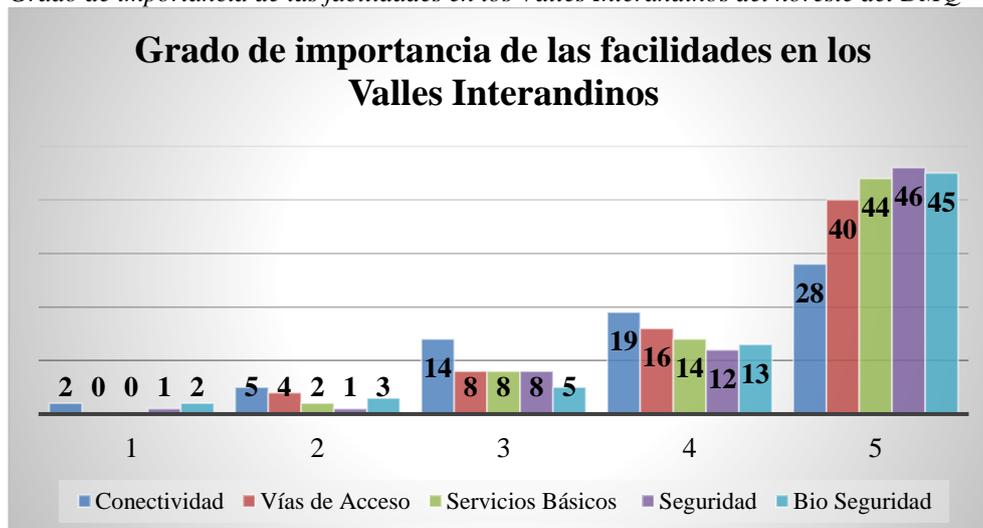
Grado de importancia de las facilidades para las personas encuestadas

Facilidades	1	2	3	4	5	Total
Conectividad	2	5	14	19	28	68
Vías de Acceso	0	4	8	16	40	68
Servicios Básicos	0	2	8	14	44	68
Seguridad	1	1	8	12	46	68
Bio Seguridad	2	3	5	13	45	68

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 15

Grado de importancia de las facilidades en los Valles Interandinos del noreste del DMQ



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación

De la cantidad de encuestas aplicadas se mira que para las 44 personas de 68, las facilidades como conectividad, vías de acceso, servicios básicos, seguridad, y bioseguridad en la oferta turística son muy importantes debido a que escogieron el número 5 (muy importante) y le sigue el grado de importancia 4 (importante), con lo cual se deduce que para las personas puedan disfrutar del viaje y tengan una mejor experiencia son de vital importancia las facilidades mencionadas por lo que se tomará en cuenta que los destinos cumplan con esas facilidades en la propuesta a realizar.

Tabla 19

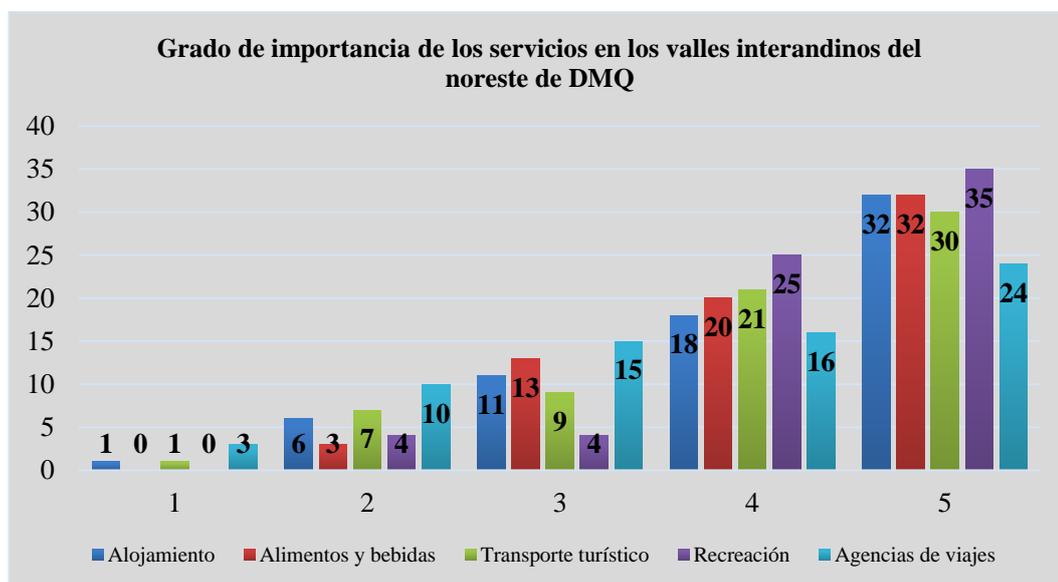
Grado de importancia de los servicios en los valles interandinos del noreste del DMQ

Servicios	1	2	3	4	5	Total
Alojamiento	1	6	11	18	32	68
Alimentos y bebidas	0	3	13	20	32	68
Transporte turístico	1	7	9	21	30	68
Recreación	0	4	4	25	35	68
Agencias de viajes	3	10	15	16	24	68

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 16

Grado de importancia de los servicios en los valles interandinos del noreste del DMQ



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

Se puede observar que para las 68 personas encuestadas el grado de importancia de los servicios para la oferta turística en los valles interandinos del noreste del DMQ es muy importante por lo que en la gran mayoría eligieron el número 5, siendo la recreación la que se destaca con 35 personas que piensan es muy importante, seguido por el alojamiento, alimentos y bebidas, dejando así a el transporte turístico y las agencias de viajes como últimos muy importantes, lo que se deduce que la gente quiere un viaje para poder recrearse y relajarse de la rutina de su trabajo, universidad, etc., al mismo tiempo tener un buen lugar para descansar y comer, lo cual se tomará en cuenta al momento del realizar la propuesta.

Tabla 20

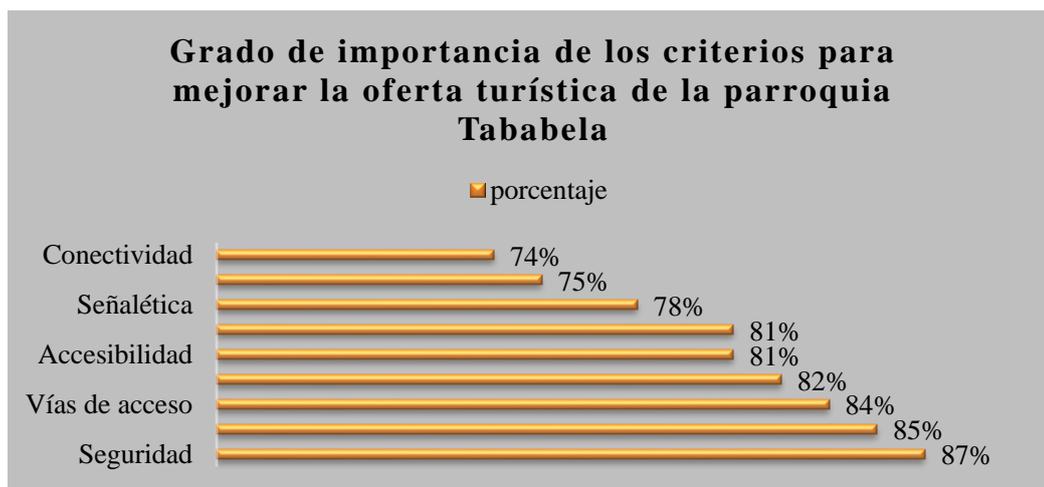
Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Tababela

Criterios	1	2	3	4	5	porcentaje
Seguridad	0	2	7	13	46	87%
Oferta variada	0	2	8	17	41	85%
Vías de acceso	0	3	8	18	39	84%
Infraestructura	0	3	9	17	39	82%
Accesibilidad	0	3	10	19	36	81%
Precios	0	2	11	21	34	81%
Señalética	0	2	13	19	34	78%
Promoción Turística	0	3	14	19	32	75%
Conectividad	1	4	13	22	28	74%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 17

Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia de Tababela



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De las encuestas aplicadas se mira que la mayoría de personas consideran a los ítems expuestos como muy importantes siendo el más destacado la seguridad, teniendo un 87% de individuos que piensan que es el criterio más importante para un tour, seguido por una oferta variada, vías de acceso e infraestructura y demás , se concluye que las personas que estarían interesadas en viajar a un tour quieren sentirse seguros en su viaje y que eviten que les provoquen peligro o condiciones

que puedan dañar su bienestar físico o mental durante su estadía en la parroquia Tababela.

Tabla 21

Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Tocachí

Criterios	1	2	3	4	5	% 4-5
Seguridad	0	2	7	13	46	87%
Infraestructura	0	2	9	20	37	84%
Accesibilidad	0	2	12	16	38	79%
Oferta variada	0	2	12	13	41	79%
Vías de acceso	0	2	13	13	40	78%
Precios	0	3	12	17	36	78%
Promoción Turística	0	3	13	21	31	76%
Señalética	0	2	14	17	35	76%
Conectividad	1	5	13	20	29	72%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 18

Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Tocachí



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De las 68 personas encuestadas 46 coinciden en que la seguridad es muy importante para una oferta turística, 41 piensan que la oferta turística variada es también muy importante y 40 concuerdan con las vías de acceso, 38 piensan que es la

accesibilidad, lo cual es bastante interesante dado que en la parroquia Tababela para las personas lo más importante también era la seguridad y la oferta turística variada, dejando en tercer lugar en este caso para Tocachí a las vías de acceso, implica que se tendría que considerar estos ítems mencionados en el producto turístico a realizar.

Tabla 22

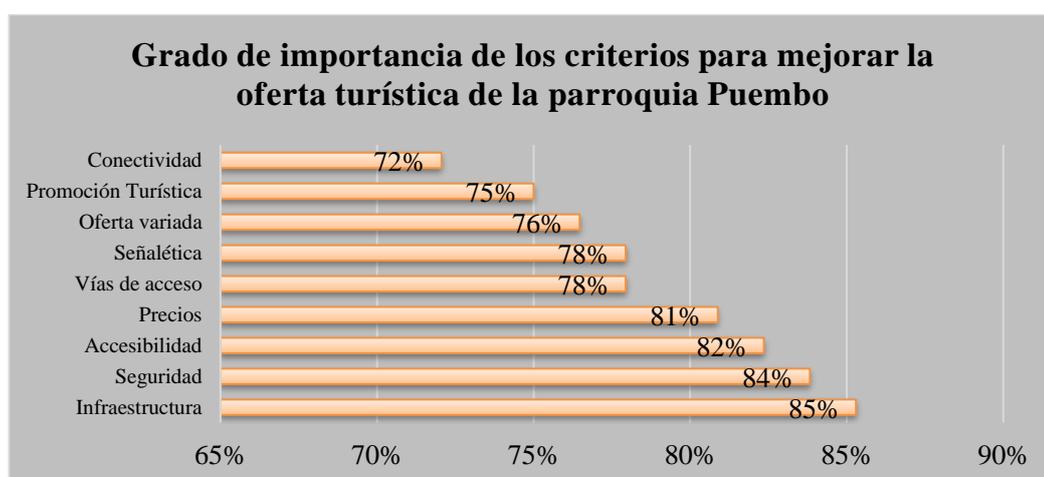
Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia de Puenbo

Criterios	1	2	3	4	5	porcentaje
Infraestructura	2	1	7	16	42	85%
Seguridad	1	2	8	12	45	84%
Accesibilidad	1	2	9	17	39	82%
Precios	1	2	10	17	38	81%
Vías de acceso	3	3	9	11	42	78%
Señalética	1	2	12	17	36	78%
Oferta variada	1	3	12	13	39	76%
Promoción Turística	1	2	14	20	31	75%
Conectividad	3	3	13	20	29	72%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 19

Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Puenbo



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

De las encuestas aplicadas se puede observar que sigue primando la seguridad, seguido de las vías de acceso, infraestructura, oferta variada y accesibilidad, lo cual implica que para la gente a parte de la seguridad creen que es muy importante las vías de acceso que tenga la parroquia Puenbo, lo cual sería lo óptimo para que se reduzca el tiempo de recorrido hacia el destino y seguridad en malas condiciones climáticas.

Tabla 23

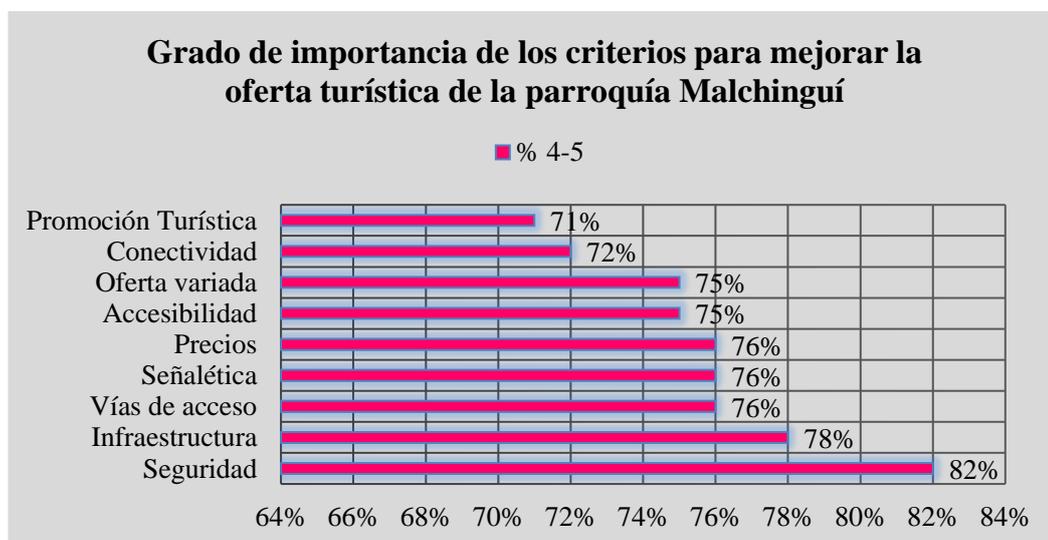
Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Malchinguí

Criterios	1	2	3	4	5	% 4-5
Seguridad	0	5	7	12	44	82%
Infraestructura	1	2	12	16	37	78%
Vías de acceso	0	5	11	10	42	76%
Señalética	1	3	12	15	37	76%
Precios	0	4	12	15	37	76%
Accesibilidad	1	4	12	16	35	75%
Oferta variada	0	5	12	14	37	75%
Conectividad	2	6	11	16	33	72%
Promoción Turística	0	4	16	17	31	71%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 20

Grado de importancia de los ítems para mejorar la oferta turística de la parroquia Malchinguí



Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

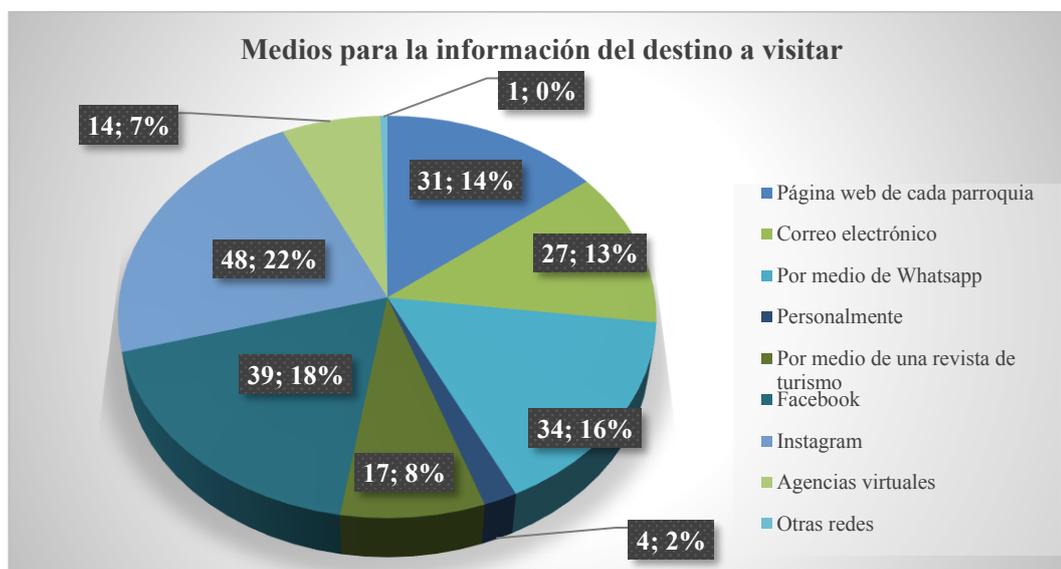
Se puede observar que las personas encuestadas siguen poniendo a la seguridad como principal para la oferta turística, en este caso son 44 personas que piensan que la seguridad es un ítem muy importante para la oferta turística en esta parroquia, 42 piensan en las vías de acceso como segundo más importante, lo cual indica que todos los criterios serían importantes para tomarse en cuenta en una oferta turística pero prima la seguridad.

Tabla 24

Medio para la información del destino a visitar

Medio para la información del destino a visitar	No. Personas	Porcentaje
Página web de cada parroquia	31	14%
Correo electrónico	27	13%
Por medio de WhatsApp	34	16%
Personalmente	4	2%
Por medio de una revista de turismo	17	8%
Facebook	39	18%
Instagram	48	22%
Agencias virtuales	14	7%
Otras redes	1	0%

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Figura 21*Medios para la información del destino a visitar*

Nota: Información tomada de la encuesta, Corrales Joselyn (2022)

Interpretación:

Como se observa en los resultados de las encuestas 48 personas prefieren recibir información por medio de la red social Instagram, la cual es una de las redes más utilizadas en el mundo occidental por niños, jóvenes y adultos, seguido por Facebook que está en segundo lugar de preferencia y tercero se encuentra WhatsApp, lo cual se resumiría a que las personas prefieren recibir la información del destino por medio de redes sociales ya sea Instagram, Facebook o WhatsApp.

Análisis e interpretación de resultados

Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a 68 personas, se puede observar que la mayoría son gente de 25 a 30 años entre mujeres y hombres los cuales son más del 50% son de nacionalidad ecuatoriana, la gran mayoría es motivada a viajar por vacaciones, recreo y ocio, de los cuales 40 recalcaron que su tiempo disponible para hacer turismo era de 1 a 3 días. El 97% de las personas

encuestadas si quisieran visitar los valles interandinos del DMQ, de las parroquias que han visitado las que sobresalen son Tababela y Puembo, siendo Tocachi la menos conocida por los mismos, para los atractivos turísticos se sienten más atraídos hacia el Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem, el Molino de Piedra en Tababela, atractivos como Parque Arqueológico Cochasquí, Puembo Birding Garden y Cañón del río Chinche también tuvieron aceptación con menos de 30 personas, la inversión de preferencia es de \$30,00 a \$50,00 por día por persona, el 72.1% opta por un turismo gastronómico, el 63.2% por senderismo y un 60.3% por camping, 55,9% por ecoturismo, como principales actividades a efectuar en un tour en los valles del noreste del DMQ, la gran mayoría eligió a la seguridad como principal facilidad para mejorar la oferta turística en todas las parroquias, la recreación se coloca como el servicio de preferencia, por último se encuentra el medio por el que la gente quiere recibir la información turística del destino a visitar siendo el más elegido la red social Instagram, con los resultados arrojados de la encuesta se puede crear una mejor propuesta ya que se tiene la información específica para lo que se tiene que tomar en cuenta en la misma.

En cuanto a las dos entrevistas al presidente de la comunidad Cochasquí y el líder de opinión, los dos estuvieron de acuerdo en que la comunidad no tiene mucha participación en actividades turísticas dado que el parque es administrado por el consejo provincial y la única participación que tendrían sería por el tema de Bombos y Flautas y por iniciativas de la comunidad, también coincidieron en que la comunidad no recibe muchos beneficios de parte del turismo solo un grupo de comuneros que ayudan en la parte gastronómica, el presidente acotó que también

es porque las vías para entrar al principal atractivo turístico bordean la comunidad por lo que la gente ingresa al atractivo y no pasa por la comunidad.

El Parque Arqueológico Cochasquí, ubicado en la parroquia Tocachí, es el atractivo más significativo del sector sin embargo, existen otros con potencial según los dos miembros de la comunidad, destacaron los Bombos y Flautas que fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial por el parlamento andino el cual mencionan se encuentra en peligro de desaparecer por la falta de continuidad y porque es interpretada por adultos mayores pero destacan una propuesta para la escuela de aprendizaje de este patrimonio inmaterial único de su comunidad, otros atractivos como la cascada SuroCucho, la escuela y granja de agroecología. También comentaron que el grado de conservación de su principal atractivo Cochasquí era bueno para lo que se veía, pero que no sabían mucho porque está bajo la administración del consejo provincial, por otro lado, otros aspectos importantes que se toparon fueron los prestadores de servicios turísticos, en lo que tanto el presidente como el líder de la comunidad coincidieron en que no contaban con prestadores calificados, el único restaurante que tenían era el de la asociación frente al parque Arqueológico Cochasquí y el área de camping dentro de las mismas, el presidente mencionó que se encuentra en construcción un hotel con todos los servicios necesarios para que el turista se sienta a gusto, lamentablemente las vías de acceso en Cochasquí no están en buenas condiciones por la falta de mantenimiento como mencionan los dos y los accesos al atractivo no pasan por la comunidad para que les dé un beneficio. En cuanto a la evolución turística antes de la pandemia el líder menciona de la visita de 300 turistas a la semana lo cual ha decaído muchísimo por el tema del COVID, los visitantes eran tanto nacionales

como extranjeros, especialmente de ciudades, escuelas, colegios y universidades. Debido al desconocimiento, organización y falta de interés de la comunidad con el tema turístico no han podido desarrollar el tema con los potenciales que tienen para el beneficio de la misma.

Síntesis del capítulo

Para poder sacar datos que ayuden a formar una propuesta que logre ser efectiva y atractiva para la gente, se tuvo que realizar una encuesta a 68 personas dentro y fuera del Distrito Metropolitano de Quito, para poder obtener información sobre las preferencias de los individuos en cuanto a lo que les motiva a viajar a un destino y lo que es importante para que se sientan cómodos y a gusto cuando están en el mismo, adicional se realizó una entrevista para recopilar información relevante de personas de la comunidad de Cochasquí que se encuentra dentro de una de las parroquias de estudio como es Tocachi, aplicando también los tipos de investigación para lograr una propuesta más óptima.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

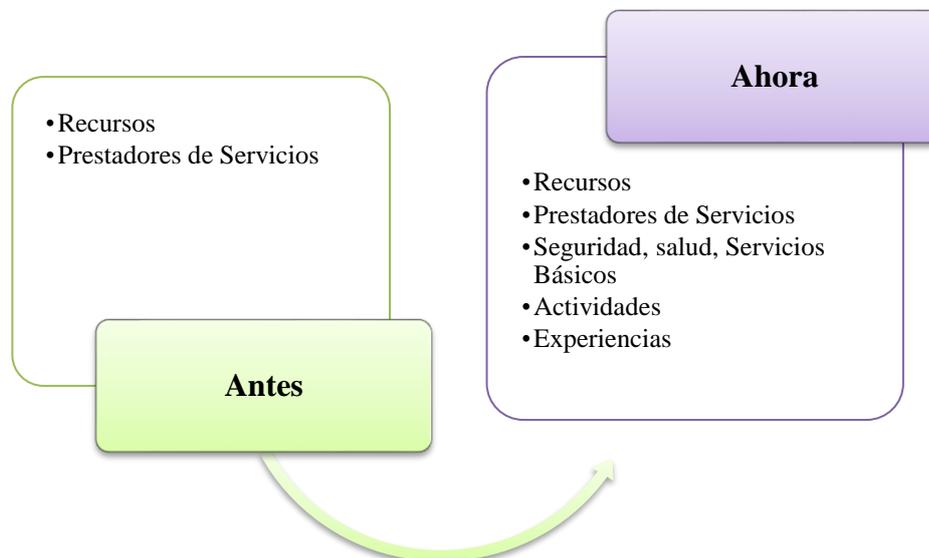
“Diseño de un producto turístico en los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito”

Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en realizar un producto turístico en los valles del noreste del DMQ, el mismo que cuenta como base los resultados de la investigación obtenida y los datos arrojados de las encuestas, identificando los intereses del visitante a la hora de viajar, tomando en cuenta el perfil del pasajero, tiempo de estancia, atractivos y actividades de preferencia, visitas guiadas en los atractivos destacados de cada parroquia, en si crear experiencias, para ello se considera la creación de rutas turísticas que motiven al pasajero a viajar hacia los destinos, satisfacer sus necesidades de esparcimiento y relajación, mientras la comunidad local se beneficia y mejora su calidad de vida al ser parte de la actividad turística.

Metodología para el desarrollo del producto turístico

Dentro de la metodología para el desarrollo del producto turístico se considera aquella orientada al mercado, donde se identifica las necesidades del cliente potencial. Se debe tener claro que el mercado es cambiante, no solo es contar con un lugar y un buen precio, el turista busca también la calidad en el servicio, productos innovadores, ser parte de ese valor agregado que genera una experiencia en su viaje, convirtiéndose en las variables esenciales al momento de ofertar nuevos productos.

Figura 22*Productos turísticos*

En este sentido se identificó cuáles eran las parroquias, se desarrolla un diagnóstico de cada una donde se identifica recursos, facilidades, servicios básicos y complementarios, que permite la identificación de esas características necesarias para hablar de un producto, un análisis del turista potencial y sus necesidades de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, se identificaron tres segmentos de mercado en base a sus edades, el principal fue el millennial con un rango de edad de entre 40 y 25 siendo los más numerosos los de 25 a 30, le sigue la generación X y los baby boomers con un 10% de encuestados de más de 45 años en adelante y por último se obtiene a la generación Y con un 3 % con edades de 20 años y menos, teniendo claridad en que cada target busca experiencias distintas, interactúa y reacciona a diferentes sucesos económicos, sociales y tecnológicos.

La generación con la que se va a trabajar es la Millennial, la X y baby boomers que dentro de los resultados son los grupos que destacan.

Para conocer más al turista potencial se realizó un buyer persona, que consiste en levantar una ficha donde se identifican las características del cliente ideal, ayuda a comprender las necesidades de los targets, para esto se toma en cuenta datos sociodemográficos, información de la conducta personal, profesional, motivaciones de viaje y soluciones a dar para que el turista este satisfecho. En este caso se realizó dos buyer persona, de millenials, de generación X y baby boomers identificando los datos antes mencionados mediante la encuesta y por generaciones. Luego de conocer el perfil del turista potencial, identificando sus intereses se pudo escoger entre un tipo de turismo y las actividades que se pueden realizar para cada uno, según los segmentos se contempla la necesidad de relajación y ocio y el interés por los lugares turísticos naturales y actividades como el camping impulsando la sostenibilidad.

Identificado el target se realiza una propuesta de ruta donde se contemplan los lugares a visitar, dentro de las cuatro parroquias, se considera los prestadores de servicios, los mismos que cumplen con requerimientos indispensables de comodidad y confort, eligiendo el Hotel las Mercedes, Hacienda la Gloria. En cuanto a la alimentación se selecciona los mismos hoteles ya que por ejemplo en Malchingui y Tocachi no existe una planta turística adecuada por lo que se opta como mejor opción que los pasajeros almuercen en el mismo sitio de pernoctación por la calidad,

Viabilidad

Este proyecto es viable debido a que se consigue fácil acceso a las parroquias, las comunidades, atractivos turísticos e información de las mismas, en cuanto a la parte social y ambiental el producto que se quiere crear, toma en cuenta la sostenibilidad

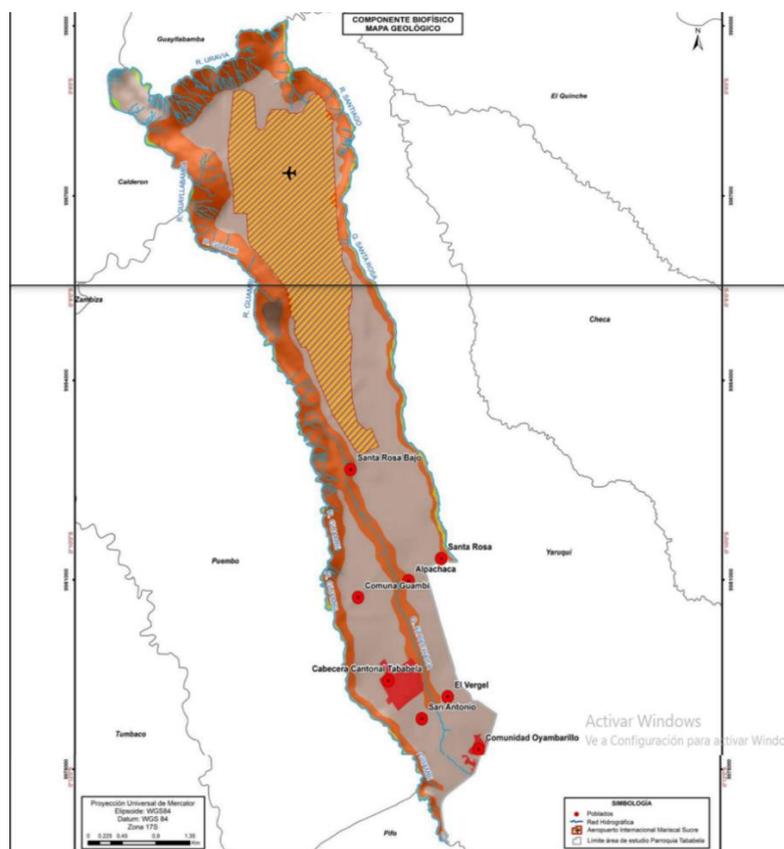
y sustentabilidad de las zonas a visitar con actividades aportando a la conservación, realizándolas de manera que los turistas respeten el medio ambiente examinando y determinando los ecosistemas frágiles para no dañarlos ni contaminarlos y al mismo tiempo generando ingresos a las mismas que sirvan a largo plazo.

Macro y micro localización

Las cuatro parroquias Tababela, Puembo, Tocachi y Malchinguí se encuentran en la provincia de Pichincha. Tababela y Puembo forman parte del cantón Distrito Metropolitano de Quito.

Figura 23

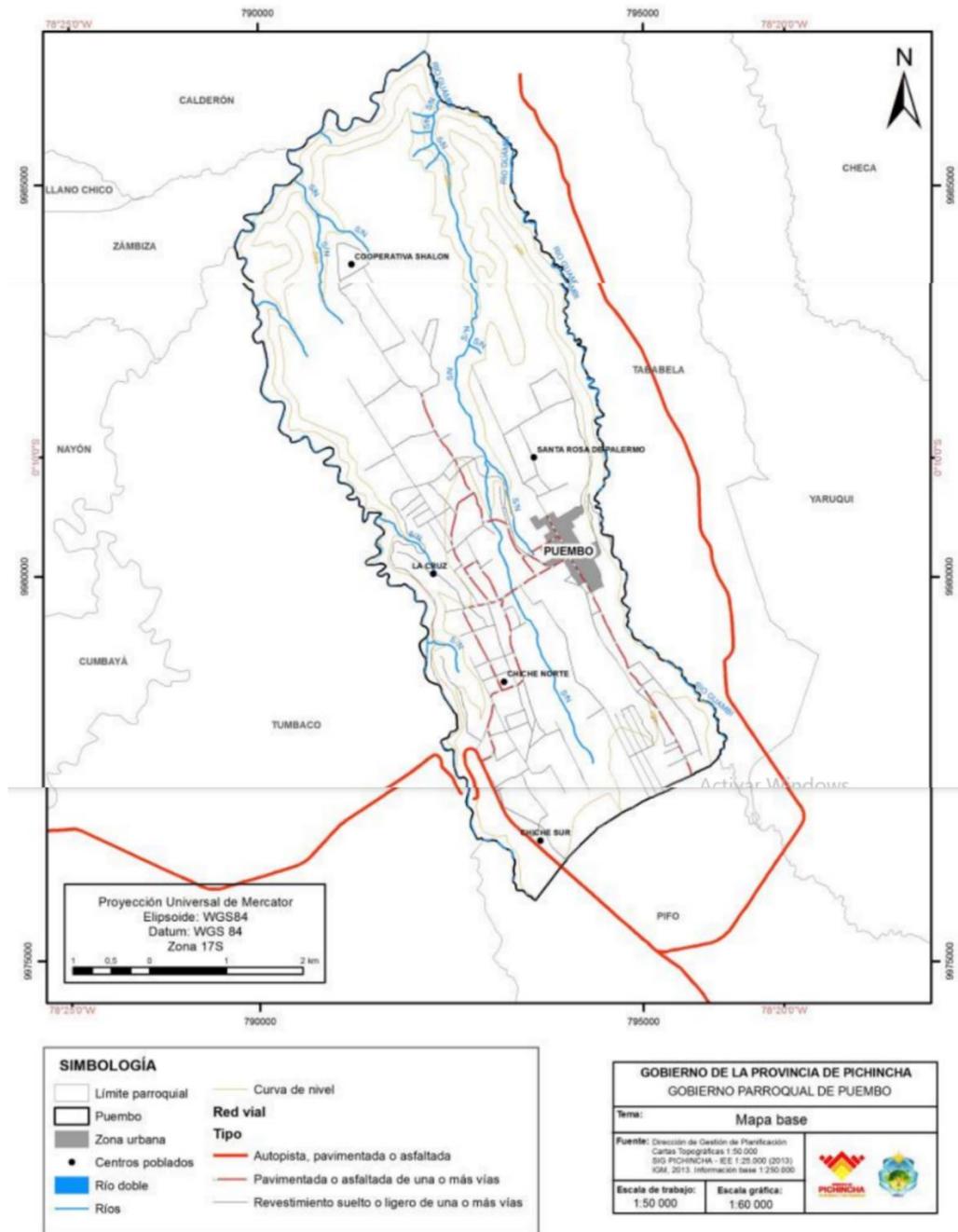
Mapa de la parroquia Tababela



Nota: Gráfico muestra la parroquia Tababela y sus poblaciones. Tomado del PDOT de la Parroquia Tababela (p.23), por Gobierno de la provincia de Pichincha, 2015.

Figura 24

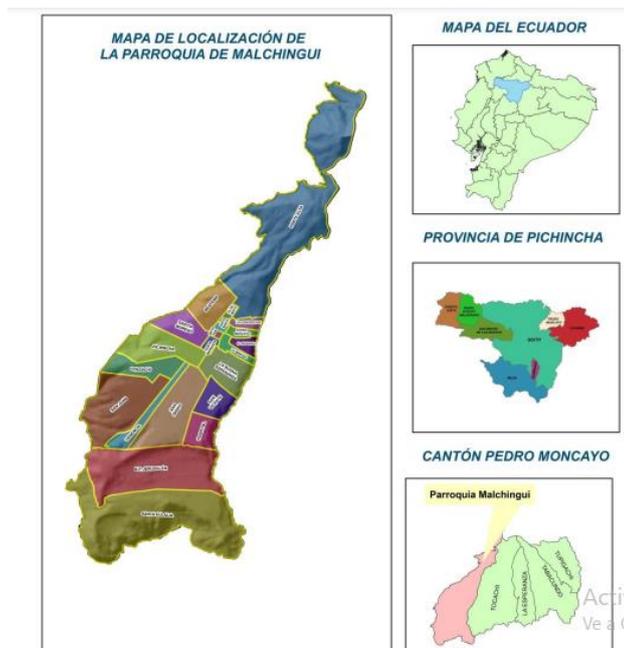
Mapa de la parroquia Puenbo



Nota: Gráfico muestra la parroquia Puenbo y sus poblaciones. Tomado del PDOT de la Parroquia Puenbo (p.24), por Gobierno de la provincia de Pichincha, 2015.

Figura 25*Mapa de la parroquia Tocachi*

Nota: Gráfico muestra la parroquia Tocachi y sus poblaciones. Tomado del PDOT de la Parroquia Tocachi (p.26), por Gobierno de la provincia de Pichincha, 2015.

Figura 26*Mapa de la parroquia de Malchingui*

Nota: Gráfico muestra la parroquia Malchingui y sus poblaciones. Tomado del PDOT de la Parroquia Malchingui (p.24), por Gobierno de la provincia de Pichincha, 2015.

Desarrollo de la propuesta

Objetivos

General

Diseñar un producto turístico en los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito, mediante la elaboración de una ruta para el incremento del flujo turístico en la zona.

Específicos

- Validar la información recolectada
- Identificar el potencial turístico de la zona.
- Elaborar una propuesta turística, identificando lugares de visita, servicios y actividades para el disfrute del visitante.

Identificación del mercado

Para la identificación del mercado se desarrolla el buyer persona, donde se identifican las características del mercado.

Figura 27

Targets identificados



Nota: Información tomada de las encuestas y el buyer persona, Corrales Joselyn (2022)

Mercado 1

Tabla 25

Mercado potencial 1

SECCIÓN 1: QUIÉN?		Personas de 25 a 40 años nacionales y extranjeros
Nombre de la persona:		
ANTECEDENTES		
¿Trabajo? ¿Trayectoria profesional? ¿Familia?		<ul style="list-style-type: none"> • Preparación académica de tercer nivel • Estudiantes, empleados públicos y privados • Experiencia laboral de 1 o más años • Personas solteras o con pareja • Independencia económica • Les gusta conocer nuevas culturas y nuevos destinos
DEMOGRAFÍA		
¿Hombre o Mujer?		<ul style="list-style-type: none"> • Mujer – hombre independiente y vive en familia
¿Edad? ¿Ingresos?		<ul style="list-style-type: none"> • Pareja independiente sin ataduras • Edades comprendidas entre 25 y 40 años
¿Ubicación		<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos mensuales desde \$425,00 • Disfrutan de la naturaleza, la cultura y lo que tenga que ver con sostenibilidad
IDENTIFICADORES		
¿Comportamiento?		<ul style="list-style-type: none"> • Toman fotos y videos siempre cuando viajan
¿Preferencias de comunicación?		<ul style="list-style-type: none"> • Les gusta compartir sus experiencias de viaje por redes sociales. • Sus motivaciones de viaje son vacaciones, recreo y ocio. • Se contactan con agencias, hoteles por medio de redes sociales. • Es una generación que utiliza muchas apps de viaje y hospedaje como Airbnb, Uber, tripadvisor, etc.
SECCIÓN 2: QUE?		Personas de 25 a 40 años nacionales y extranjeros
OBJETIVOS		
¿Objetivos principales?		<ul style="list-style-type: none"> • Conocer nuevas culturas, lugares, gastronómica del sitio • Compartir sus experiencias en redes sociales y con sus amigos.
¿Objetivos secundarias?		<ul style="list-style-type: none"> • Reducir el estrés del día a día, salir de la rutina y divertirse en su viaje. • Planificar su viaje desde su celular o computadora • Están comprometidos con la sostenibilidad • Les importa estar conectados al internet en su viaje
RETOS		
¿Retos primarios? ¿Retos secundarios?		<ul style="list-style-type: none"> • Prefieren precios asequibles y de buena calidad • Tener servicios turísticos personalizados

<p>¿QUE PODEMOS HACER?</p> <p>para ayudar a nuestra persona para que cumpla sus objetivos para ayudar a nuestra persona a superar sus retos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una oferta de productos que se apegue a los objetivos y desafíos de nuestro posible cliente • Ofertar paquetes con productos nuevos y atractivos incluyendo gastronomía y lugares que muestren la cultura del lugar. • Que les permita en lo posterior ser parte de un seguimiento
<p>SECCIÓN 3:¿POR QUÉ?</p>	<p>Personas de 25 a 40 años nacionales y extranjeros</p>
<p>COTIZACIONES REALES</p> <p>Sobre sus objetivos, retos, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mal estado de algunas vías de acceso a los atractivos turísticos como en el caso de las pirámides de Cochasquí • Ha sido difícil que los servicios turísticos sean de calidad sobre todo en aquellos destinos que tienen que ver con turismo comunitario porque les falta capacitación. • No contar con personal capacitado que brinde esa experiencia que desean los turistas • Destinos que les falta servicios turísticos de calidad
<p>OBJECIONES COMUNES</p> <p>¿Por qué no comprarían nuestro producto o servicio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de normas de bioseguridad en los destinos visitados • Pocas medidas para la seguridad de los pasajeros • Malas recomendaciones por otros viajeros de los servicios • Situaciones socio políticas en el destino seleccionado • Acortes salariales, quedarse sin trabajo • El prestador de servicios no se preocupa por dar un producto innovador
<p>SECCIÓN 4: CÓMO? MENSAJES DE MARKETING</p> <p>¿Cómo deberías comunicar la solución a tu persona?</p>	<p>Personas de 25 a 40 años nacionales y extranjeros</p> <ul style="list-style-type: none"> • El riesgo es querer conocer más del valle interandino del noreste del DMQ • Lo que necesitas para olvidarte de la rutina es conocer los valles interandinos del noreste del DMQ • Los valles interandinos del noreste del DMQ, la mejor experiencia en viajes cerca de la capital • Los valles interandinos del noreste del DMQ, descubre nuevos destinos
<p>ELEVATOR PITCH</p> <p>¡Vende a tu persona la solución!</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los valles interandinos del noreste del DMQ, lugares mágicos por conocer • Valles interandinos del noreste del DMQ, diversión, relajación cerca de tu alcance.

Nota: Esta tabla muestra el mercado potencial número uno para el producto turístico, (2022).

Mercado 2

Tabla 26

Mercado potencial 2

SECCIÓN 1: QUIÉN?	Personas de 40 a 70 años nacionales y extranjeros
Nombre de la persona:	
ANTECEDENTES ¿Trabajo? ¿Trayectoria profesional? ¿Familia?	<ul style="list-style-type: none"> Preparación académica de tercer nivel, maestrías, doctorados. Empleados públicos y privados, dueños de empresas, jubilados Experiencia laboral de más de 10 años Personas solteras o con pareja e hijos Independencia económica Les gusta conocer destinos que sean divertidos, tranquilos y seguros
DEMOGRAFÍA ¿Hombre o Mujer? ¿Edad? ¿Ingresos? ¿Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> Mujer – hombre independiente y vive en familia Pareja con hijos y casados Edades desde 40 años en adelante (generación X) Ingresos mensuales más altos que \$425,00 Disfrutan de la naturaleza, la cultura y la tranquilidad.
IDENTIFICADORES ¿Comportamiento? ¿Preferencias de comunicación?	<ul style="list-style-type: none"> Les gusta compartir en familia. Sus motivaciones de viaje son vacaciones, recreo y ocio, visitas a familiares y amigos. Se contactan con agencias, hoteles por medio de redes sociales, pero también prefieren el contacto personal. Es una generación que no utiliza tanto las app de viajes para buscar nuevos lugares
SECCIÓN 2: QUE?	Personas de 40 a 70 años nacionales y extranjeros
OBJETIVOS ¿Objetivos principales? ¿Objetivos secundarias?	<ul style="list-style-type: none"> Conocer nuevos lugares no importa si es en la ciudad o fuera de ella. Reducir el estrés del día a día, compartir en familia No planifican mucho su viaje No les importa tanto estar conectados siempre al internet
RETOS ¿Retos primarios? ¿Retos secundarios?	<ul style="list-style-type: none"> Les gustan los servicios de buena calidad y que el precio este acorde Tener servicios turísticos personalizados

<p>¿QUE PODEMOS HACER?</p> <p>para ayudar a nuestra persona para que cumpla sus objetivos para ayudar a nuestra persona a superar sus retos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una oferta de productos que se apegue a los objetivos y desafíos de nuestro posible cliente • Ofertar paquetes con productos nuevos y atractivos en lugares donde el turista pueda sentirse a gusto y descansar del día a día
<p>SECCIÓN 3:¿POR QUÉ?</p>	<p>Personas de 40 a 70 años nacionales y extranjeros</p>
<p>COTIZACIONES REALES</p> <p>Sobre sus objetivos, retos, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mal estado de algunas vías de acceso a los atractivos turísticos como en el caso de las pirámides de Cochasquí • Ha sido difícil que los servicios turísticos sean de calidad sobre todo en aquellos destinos que tienen que ver con turismo comunitario porque les falta capacitación. • No contar con personal capacitado que brinde esa experiencia que desean los turistas • Destinos que les falta servicios turísticos de calidad
<p>OBJECIONES COMUNES</p> <p>¿Por qué no comprarían nuestro producto o servicio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de normas de bioseguridad en los destinos visitados • Pocas medidas para la seguridad de los pasajeros • Malas recomendaciones por otros viajeros de los servicios • Situaciones socio políticas en el destino seleccionado • Acortes salariales, quedarse sin trabajo • El prestador de servicios no se preocupa por dar un producto innovador
<p>SECCIÓN 4: CÓMO?</p>	<p>Personas de 40 a 70 años nacionales y extranjeros</p>
<p>MENSAJES DE MARKETING</p> <p>¿Cómo deberías comunicar la solución a tu persona?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El riesgo es querer conocer más del valle interandino del noreste del DMQ • Lo que necesitas para olvidarte de la rutina es conocer los valles interandinos del noreste del DMQ • Los valles interandinos del noreste del DMQ, la mejor experiencia en viajes cerca de la capital • Los valles interandinos del noreste del DMQ, descubre nuevos destinos
<p>ELEVATOR PITCH</p> <p>¡Vende a tu persona la solución!</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los valles interandinos del noreste del DMQ, lugares mágicos por conocer • Valles interandinos del noreste del DMQ, relájate y sal de la rutina

Nota: Esta tabla muestra el mercado potencial número dos para el producto turístico, (2022).

Actividades a realizarse en las parroquias

Tabla 27

Actividades a realizarse en la parroquia Tababela

Parroquias Tababela, Puembo, Tocachi, Malchingui						
Actividad	Descripción	Grado de Dificultad y riesgo	Actividades que realizar	Equipamiento	Recomendaciones	Observación
Agroturismo	Alojamiento y visitas guiadas a fincas o granjas	Dificultad y riesgo bajos 	Participar en las actividades agrícolas como la siembra, arado, cosecha pesca, montar a caballo, entre otras.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protección solar, mascarilla, alcohol, sombrero.	Los que realicen esta actividad deberían capacitarse para dar un buen servicio al cliente cuando este llegue y mejorar los servicios básicos y facilidades para la estancia del turista.	Mejora en los servicios y trato al cliente.
Avistamiento de Aves	Observación de aves	Dificultad y riesgo medio. 	Observación de aves nativas y endémicas, fotografiarlas en su entorno natural.	Ropa cómoda, binoculares, cámara fotográfica, guía de identificación de aves de la zona, gorro y protector solar.	Los prestadores de estos servicios deben contar con guías de identificación de aves de la zona, hacer senderos ecológicos para no dañar el medio ambiente.	Capacitarse para dar un buen servicio al turista
Senderismo	Caminata por senderos, caminos en un entorno natural	Dificultad y riesgo medio. 	Caminata por senderos y caminos en los entornos naturales, vista de paisajes naturales y observación de la flora y fauna.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protector solar, gorra o visera, kit personal de bioseguridad.	Tener en buen estado los senderos, cuidar con un mantenimiento adecuado cuidando el medio.	Mejorar el mantenimiento de los senderos, tener un sistema de reciclaje que ayude al medio.

Ecoturismo	Actividades turísticas y recreativas de apreciación de la naturaleza de manera sostenible y sustentable.	Dificultad y riesgo bajos 	Actividades recreativas, de apreciación y conocimiento de la naturaleza, como caminatas, visitas guiadas en bosques, etc.	Ropa cómoda deportiva, protector solar, kit personal de bioseguridad.	Capacitar a los prestadores de esta actividad para el mantenimiento y cuidado del ecosistema, la flora y fauna del lugar.	Más apoyo económico de las autoridades para el mantenimiento de áreas naturales.
Turismo Cultural	Visita de lugares culturales para el disfrute de elementos distintivos y autóctonos de una localidad.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita de museos, iglesias patrimoniales, sitios arqueológicos, mercados y ferias con artesanías de la zona, gastronomía local, participa de ceremonias o bailes autóctonos.	Celular, cámara, protector solar, zapatos cómodos.	Mantener los sitios culturales en buen estado para que cuando el turista los visite se lleve una grata visita.	Capacitación del personal y la comunidad para atender de mejor manera al turista.
Turismo Gastronómico	Conocer y experimentar nuevos alimentos autóctonos de la zona.	Dificultad y riesgo bajos 	Degustación de comida tradicional y local, participar de festivales gastronómicos como el de la colada morada.	Cámara, celular.	Capacitación del personal que atiende en los restaurantes y ferias gastronómicas.	Más variedad de platos locales.
Turismo Religioso	Visita a templos, iglesias, monasterios y otros sitios religiosos, participación en peregrinaciones y festivales religiosos.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita a iglesias, museos, conventos, templos, santuarios de la parroquia, participación en peregrinaciones y procesiones.	Ropa y zapatos cómodos, bloqueador solar, gorra, kit personal de bioseguridad.	Mantenimiento de los atractivos turísticos religiosos como iglesias, templos, etc.	Mejorar la seguridad para las peregrinaciones y procesiones.

Nota: Esta tabla muestra las actividades que se pueden realizar en las parroquias, (2022).

Tabla 28

Actividades a realizarse en la parroquia Puenbo

Parroquias Tababela, Puenbo, Tocachi, Malchingui

Actividad	Descripción	Grado de Dificultad y riesgo	Actividades que realizar	Equipamiento	Recomendaciones	Observación
Agroturismo	Alojamiento y visitas guiadas a fincas o granjas	Dificultad y riesgo bajos 	Participar en las actividades agrícolas como la siembra, arado, cosecha pesca, montar a caballo, entre otras.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protección solar, mascarilla, alcohol, sombrero.	Los que realicen esta actividad deberían capacitarse para dar un buen servicio al cliente cuando este llegue y mejorar los servicios básicos y facilidades para la estancia del turista.	Mejora en los servicios y trato al cliente.
Avistamiento de Aves	Observación de aves	Dificultad y riesgo medio. 	Observación de aves nativas y endémicas, fotografiarlas en su entorno natural.	Ropa cómoda, binoculares, cámara fotográfica, guía de identificación de aves de la zona, gorro y protector solar.	Los prestadores de estos servicios deben contar con guías de identificación de aves de la zona, hacer senderos ecológicos para no dañar el medio ambiente.	Capacitarse para dar un buen servicio al turista
Senderismo	Caminata por senderos, caminos en un entorno natural	Dificultad y riesgo medio. 	Caminata por senderos y caminos en los entornos naturales, vista de paisajes naturales y observación de la flora y fauna.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protector solar, gorra o visera, kit personal de bioseguridad.	Tener en buen estado los senderos, cuidar con un mantenimiento adecuado cuidando el medio.	Mejorar el mantenimiento de los senderos, tener un sistema de reciclaje que ayude al medio.
Ecoturismo	Actividades turísticas y recreativas de apreciación de la	Dificultad y riesgo bajos	Actividades recreativas, de apreciación y conocimiento de la	Ropa cómoda deportiva, protector solar, kit personal de bioseguridad.	Capacitar a los prestadores de esta actividad para el mantenimiento y	Más apoyo económico de las autoridades para el

	naturaleza de manera sostenible y sustentable.		naturaleza, como caminatas, visitas guiadas en bosques, etc.		cuidado del ecosistema, la flora y fauna del lugar.	mantenimiento de áreas naturales.
Turismo Cultural	Visita de lugares culturales para el disfrute de elementos distintivos y autóctonos de una localidad.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita de museos, iglesias patrimoniales, sitios arqueológicos, mercados y ferias con artesanías de la zona, gastronomía local, participa de ceremonias o bailes autóctonos.	Celular, cámara, protector solar, zapatos cómodos.	Mantener los sitios culturales en buen estado para que cuando el turista los visite se lleve una grata visita.	Capacitación del personal y la comunidad para atender de mejor manera al turista.
Turismo Gastronómico	Conocer y experimentar nuevos alimentos autóctonos de la zona.	Dificultad y riesgo bajos 	Degustación de comida tradicional y local, participar de festivales gastronómicos como el de la colada morada.	Cámara, celular.	Capacitación del personal que atiende en los restaurantes y ferias gastronómicas.	Más variedad de platos locales.
Turismo Religioso	Visita a templos, iglesias, monasterios y otros sitios religiosos, participación en peregrinaciones y festivales religiosos.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita a iglesias, museos, conventos, templos, santuarios de la parroquia, participación en peregrinaciones y procesiones.	Ropa y zapatos cómodos, bloqueador solar, gorra, kit personal de bioseguridad.	Mantenimiento de los atractivos turísticos religiosos como iglesias, templos, etc.	Mejorar la seguridad para las peregrinaciones y procesiones.
Ciclo turismo	Visitas en bicicleta a lugares rurales o urbanos	Dificultad y riesgo bajos 	Viajar en bicicleta visitando lugares turísticos como el Chaquiñan	Bicicleta, casco, guantes para Mtb, lentes de armazón plástico, rodilleras, coderas, mochila para poner agua y alimentos, zapatos	Para los que ofrecen este servicio tener los equipos necesarios y tenerlos con buen mantenimiento.	Contar con todos los equipos necesarios y de seguridad para la actividad.

					deportivos, ropa deportiva, bloqueador solar,		
Camping	Acampar en sitios naturales o sitios de alojamiento que cuenten con ese servicio.	Dificultad y riesgo medios 	Instalar tu carpa al aire libre con fines recreativos con la finalidad de acampar y relajarse.	Carpa o tienda, sleeping, productos de higiene personal, protector solar, ropa abrigada, linterna, kit de personal de bioseguridad.	Tener un lugar de recolección y procesamiento de desechos.	Buen mantenimiento de la zona de camping.	
Turismo de aventura	Turismo con actividades físicas con cercanía a la naturaleza.	Dificultad y riesgo altos 	Bungee jumping o puenting, es el salto del puente que se ubica en el cañón del río Chiche.	Ropa cómoda deportiva y no holgada, protector solar, kit personal de bioseguridad.	Los prestadores de este servicio deben tener arneses, cascos, cuerdas en excelente estado por seguridad de los turistas.	Mantenimiento diario de los equipos para realizar el puenting.	

Nota: Esta tabla muestra las actividades que se pueden realizar en las parroquias, (2022).

Tabla 29

Actividades a realizarse en la parroquia Tocachi

Parroquias Tababela, Puenbo, Tocachi, Malchingui						
Actividad	Descripción	Grado de Dificultad y riesgo	Actividades que realizar	Equipamiento	Recomendaciones	Observación
Agroturismo	Alojamiento y visitas guiadas a fincas o granjas	Dificultad y riesgo bajos 	Participar en las actividades agrícolas como la siembra, arado, cosecha pesca, montar a caballo, entre otras.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protección solar, mascarilla, alcohol, sombrero.	Los que realicen esta actividad deberían capacitarse para dar un buen servicio al cliente cuando este llegue y mejorar los servicios básicos y facilidades para la estancia del turista.	Mejora en los servicios y trato al cliente.
Avistamiento de Aves	Observación de aves	Dificultad y riesgo medio. 	Observación de aves nativas y endémicas, fotografiarlas en su entorno natural.	Ropa cómoda, binoculares, cámara fotográfica, guía de identificación de aves de la zona, gorro y protector solar.	Los prestadores de estos servicios deben contar con guías de identificación de aves de la zona, hacer senderos ecológicos para no dañar el medio ambiente.	Capacitarse para dar un buen servicio al turista
Senderismo	Caminata por senderos, caminos en un entorno natural	Dificultad y riesgo medio. 	Caminata por senderos y caminos en los entornos naturales, vista de paisajes naturales y observación de la flora y fauna.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protector solar, gorra o visera, kit personal de bioseguridad.	Tener en buen estado los senderos, cuidar con un mantenimiento adecuado cuidando el medio.	Mejorar el mantenimiento de los senderos, tener un sistema de reciclaje que ayude al medio.
Ecoturismo	Actividades turísticas y recreativas de apreciación de la	Dificultad y riesgo bajos	Actividades recreativas, de apreciación y conocimiento de la	Ropa cómoda deportiva, protector solar, kit personal de bioseguridad.	Capacitar a los prestadores de esta actividad para el mantenimiento y	Más apoyo económico de las autoridades para el

	naturaleza de manera sostenible y sustentable.		naturaleza, como caminatas, visitas guiadas en bosques, etc.		cuidado del ecosistema, la flora y fauna del lugar.	mantenimiento de áreas naturales.
Turismo Cultural	Visita de lugares culturales para el disfrute de elementos distintivos y autóctonos de una localidad.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita de museos, iglesias patrimoniales, sitios arqueológicos, mercados y ferias con artesanías de la zona, gastronomía local, participa de ceremonias o bailes autóctonos.	Celular, cámara, protector solar, zapatos cómodos.	Mantener los sitios culturales en buen estado para que cuando el turista los visite se lleve una grata visita.	Capacitación del personal y la comunidad para atender de mejor manera al turista.
Turismo Gastronómico	Conocer y experimentar nuevos alimentos autóctonos de la zona.	Dificultad y riesgo bajos 	Degustación de comida tradicional y local, participar de festivales gastronómicos como el de la colada morada.	Cámara, celular.	Capacitación del personal que atiende en los restaurantes y ferias gastronómicas.	Más variedad de platos locales.
Turismo Religioso	Visita a templos, iglesias, monasterios y otros sitios religiosos, participación en peregrinaciones y festivales religiosos.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita a iglesias, museos, conventos, templos, santuarios de la parroquia, participación en peregrinaciones y procesiones.	Ropa y zapatos cómodos, bloqueador solar, gorra, kit personal de bioseguridad.	Mantenimiento de los atractivos turísticos religiosos como iglesias, templos, etc.	Mejorar la seguridad para las peregrinaciones y procesiones.
Ciclo turismo	Visitas en bicicleta a lugares rurales o urbanos	Dificultad y riesgo bajos 	Viajar en bicicleta visitando lugares turísticos como el Chaquiñan	Bicicleta, casco, guantes para Mtb, lentes de armazón plástico, rodilleras, coderas, mochila para poner agua y alimentos, zapatos	Para los que ofrecen este servicio tener los equipos necesarios y tenerlos con buen mantenimiento.	Contar con todos los equipos necesarios y de seguridad para la actividad.

					deportivos, ropa deportiva, bloqueador solar,		
Camping	Acampar en sitios naturales o sitios de alojamiento que cuenten con ese servicio.	Dificultad y riesgo medios 	Instalar tu carpa al aire libre con fines recreativos con la finalidad de acampar y relajarse.	Carpa o tienda, sleeping, productos de higiene personal, protector solar, ropa abrigada, linterna, kit de personal de bioseguridad.	Tener un lugar de recolección y procesamiento de desechos.	Buen mantenimiento de la zona de camping.	

Nota: Esta tabla muestra las actividades que se pueden realizar en las parroquias, (2022).

Tabla 30

Actividades a realizarse en la parroquia Malchingui

Parroquias Tababela, Puembo, Tocachi, Malchingui

Actividad	Descripción	Grado de Dificultad y riesgo	Actividades que realizar	Equipamiento	Recomendaciones	Observación
Agroturismo	Alojamiento y visitas guiadas a fincas o granjas	Dificultad y riesgo bajos 	Participar en las actividades agrícolas como la siembra, arado, cosecha pesca, montar a caballo, entre otras.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protección solar, mascarilla, alcohol, sombrero.	Los que realicen esta actividad deberían capacitarse para dar un buen servicio al cliente cuando este llegue y mejorar los servicios básicos y facilidades para la estancia del turista.	Mejora en los servicios y trato al cliente.
Avistamiento de Aves	Observación de aves	Dificultad y riesgo medio.	Observación de aves nativas y endémicas,	Ropa cómoda, binoculares, cámara fotográfica, guía de	Los prestadores de estos servicios deben contar con guías de	Capacitarse para dar un buen servicio al turista

			fotografiarlas en su entorno natural.	identificación de aves de la zona, gorro y protector solar.	identificación de aves de la zona, hacer senderos ecológicos para no dañar el medio ambiente.	
Senderismo	Caminata por senderos, caminos en un entorno natural	Dificultad y riesgo medio. 	Caminata por senderos y caminos en los entornos naturales, vista de paisajes naturales y observación de la flora y fauna.	Ropa cómoda, zapatos deportivos, protector solar, gorra o visera, kit personal de bioseguridad.	Tener en buen estado los senderos, cuidar con un mantenimiento adecuado cuidando el medio.	Mejorar el mantenimiento de los senderos, tener un sistema de reciclaje que ayude al medio.
Ecoturismo	Actividades turísticas y recreativas de apreciación de la naturaleza de manera sostenible y sustentable.	Dificultad y riesgo bajos 	Actividades recreativas, de apreciación y conocimiento de la naturaleza, como caminatas, visitas guiadas en bosques, etc.	Ropa cómoda deportiva, protector solar, kit personal de bioseguridad.	Capacitar a los prestadores de esta actividad para el mantenimiento y cuidado del ecosistema, la flora y fauna del lugar.	Más apoyo económico de las autoridades para el mantenimiento de áreas naturales.
Turismo Cultural	Visita de lugares culturales para el disfrute de elementos distintivos y autóctonos de una localidad.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita de museos, iglesias patrimoniales, sitios arqueológicos, mercados y ferias con artesanías de la zona, gastronomía local, participa de ceremonias o bailes autóctonos.	Celular, cámara, protector solar, zapatos cómodos.	Mantener los sitios culturales en buen estado para que cuando el turista los visite se lleve una grata visita.	Capacitación del personal y la comunidad para atender de mejor manera al turista.
Turismo Gastronómico	Conocer y experimentar nuevos alimentos autóctonos de la zona.	Dificultad y riesgo bajos 	Degustación de comida tradicional y local, participar de festivales gastronómicos como el de la colada morada.	Cámara, celular.	Capacitación del personal que atiende en los restaurantes y ferias gastronómicas.	Más variedad de platos locales.

Turismo Religioso	Visita a templos, iglesias, monasterios y otros sitios religiosos, participación en peregrinaciones y festivales religiosos.	Dificultad y riesgo bajos 	Visita a iglesias, museos, conventos, templos, santuarios de la parroquia, participación en peregrinaciones y procesiones.	Ropa y zapatos cómodos, bloqueador solar, gorra, kit personal de bioseguridad.	Mantenimiento de los atractivos turísticos religiosos como iglesias, templos, etc.	Mejorar la seguridad para las peregrinaciones y procesiones.
Ciclo turismo	Visitas en bicicleta a lugares rurales o urbanos	Dificultad y riesgo bajos 	Viajar en bicicleta visitando lugares turísticos como el Chaquiñan	Bicicleta, casco, guantes para Mtb, lentes de armazón plástico, rodilleras, coderas, mochila para poner agua y alimentos, zapatos deportivos, ropa deportiva, bloqueador solar,	Para los que ofrecen este servicio tener los equipos necesarios y tenerlos con buen mantenimiento.	Contar con todos los equipos necesarios y de seguridad para la actividad.
Camping	Acampar en sitios naturales o sitios de alojamiento que cuentan con ese servicio.	Dificultad y riesgo medios 	Instalar tu carpa al aire libre con fines recreativos con la finalidad de acampar y relajarse.	Carpa o tienda, sleeping, productos de higiene personal, protector solar, ropa abrigada, linterna, kit de personal de bioseguridad.	Tener un lugar de recolección y procesamiento de desechos.	Buen mantenimiento de la zona de camping.

Nota: Esta tabla muestra las actividades que se pueden realizar en las parroquias, (2022).

Productos propuestos**a. Relajación en los valles interandinos/ Chill out in the valleys.****Parroquias:** Tababela, Puembo, Tocachi y Malchinguí**Target:** Personas de 25 a 40 años nacionales y extranjeros.**Programa:** 3 días 2 noches valles interandinos del noreste del DMQ**Grado de Dificultad:** Fácil**Implementos:** Carpa o tienda, sleeping, productos de higiene personal, ropa abrigada, linterna, kit de personal de bioseguridad, ropa deportiva, zapatos deportivos, protector solar, gorra.**Descripción:**

La ruta invita a descubrir y relajarse en los valles interandinos del DMQ a través del contacto con la naturaleza y experiencias vivenciales con la cultura local, se realizará senderismo, avistamiento de flora y fauna, camping, tours guiados por atractivos turísticos de las parroquias, presentaciones musicales autóctonas con gente local y animación turística. El objetivo es que los turistas pasen un momento ameno, se sientan seguros en su viaje, vivan una experiencia única y diferente, que sea memorable y que se cubra su necesidad de descanso de la rutina diaria.

Itinerario

Día 1

Tabla 31

Itinerario día 1

Hora	Detalle y tiempo de actividad	Observaciones
08h00- 09h00	Desayuno hotel Travellers Inn	Incluido en el alojamiento en habitación doble
09h00-09h35	Salida del hotel 35 minutos de traslado.	Presentación guía y conductor
09h35 – 11h30	Visita cañón del río Chiche y Chaquiñan, 2 horas.	Senderismo en el cañón del río Chiche y el Chaquiñan.
11h30-11h55	Salida del Chaquiñan, traslado hacia el complejo turístico el Molino de Guambi, tiempo de traslado 25 minutos.	
11h55-13h30	Llegada complejo turístico “Molino de Guambi”. Tour guiado al molino, 1 hora y 30 minutos.	Tour guiado por el molino de piedra con derecho a un vaso de cerveza artesanal.
13h30-14h30	Almuerzo	Almuerzo bajo reservación.
15h00-17h55	Ingreso a las piscinas y camping en áreas verdes, 2 horas y 55 minutos.	Opcional el ingreso a la piscina, se puede acampar en las áreas verdes del complejo. Animación turística.
17h55	Traslado del complejo el Molino al Hotel Las Mercedes, tiempo de traslado 5 minutos.	
18h00	Llegada al Hotel las Mercedes	Pernoctación- cena por cuenta del pax

Nota: Esta tabla muestra el itinerario para el día uno del tour, (2022).

Día 2

Tabla 32

Itinerario día 2

Hora	Detalle y tiempo de actividad	Observaciones
07h00-08h00	Desayuno Hotel las Mercedes. Tiempo 1 hora y 30 minutos	Incluye alojamiento y desayuno
08h00-09h30	Traslado del Hotel las Mercedes al parque arqueológico Cochasquí. Tiempo 1 hora 24 minutos.	
09h30-11h30	Visita Parque Arqueológico Cochasquí. Tiempo 2 horas.	Visita museo y las pirámides
11h30-12h16	Traslado del Parque Arqueológico Cochasquí a las lagunas de Mojanda. Tiempo 44 minutos	
12h16	Visita Laguna Mojanda	Senderismo – Avistamiento de flora y fauna
14h00-15h00	Almuerzo Hacienda la Gloria. Tiempo una hora	Bajo pedido
15h16-17h54	Conjunto de Bombos y Flautas.	Previa reservación con la comunidad. (Colaboración económica de los pasajeros no obligatoria)
18h00-19h00	Visita al parque central de Tocachí	Animación turística
19h12	Llegada al hotel Hacienda la Gloria. Tiempo de traslado 12 minutos.	Cena y pernoctación. cena incluida en el hospedaje

Nota: Esta tabla muestra el itinerario para el día dos del tour, (2022).

Día 3

Tabla 33

Itinerario día 3

Hora	Detalle	Observaciones
08h00-09h00	Desayuno. Tiempo 1 hora.	Incluye alojamiento y desayuno
09h00-09h15	Parada técnica. Tiempo estimado de 10 – 15 minutos.	Parada para compras del Camping.

09h15-09h31	Tiempo de traslado hacia el Parque Recreacional Jerusalem 16 minutos.	
09h31-13h00	Visita Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem. Tiempo estimado de visita 3 horas y 30 minutos.	Senderismo guiado
13h00-14h30	Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem. Tiempo 1 hora 30 minutos.	Camping – almuerzo
14h30-15h30	Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem. Hora 1 hora	Animación turística
15h30-16h30	Traslado desde el Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem hacia Quito. 1 hora	
16h30	Llegada a Quito	

Nota: Esta tabla muestra el itinerario para el día tres del tour, (2022).

Ruta vial día 1

Figura 28

Ruta vial día 1

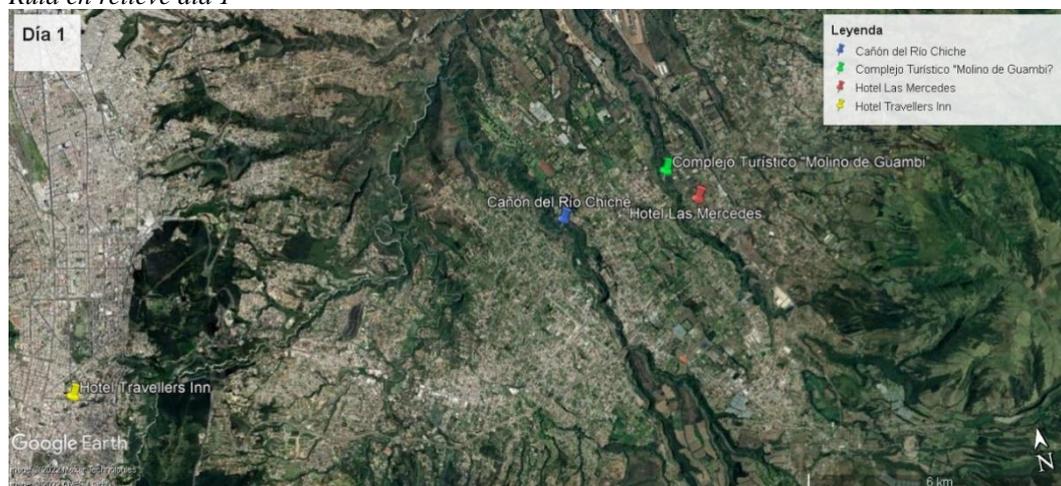


Nota: El gráfico representa la ruta vial del día uno del tour, (2022).

Ruta en relieve día 1

Figura 29

Ruta en relieve día 1



Nota: El gráfico representa la ruta en relieve del día uno del tour, (2022).

Ruta vial día 2

Figura 30

Ruta vial día 2



Nota: El gráfico representa la ruta vial del día dos del tour, (2022).

Ruta en relieve día 2

Figura 31

Ruta en relieve día 2



Nota: El gráfico representa la ruta en relieve del día dos del tour, (2022).

Ruta vial día 3

Figura 32

Ruta vial día 3

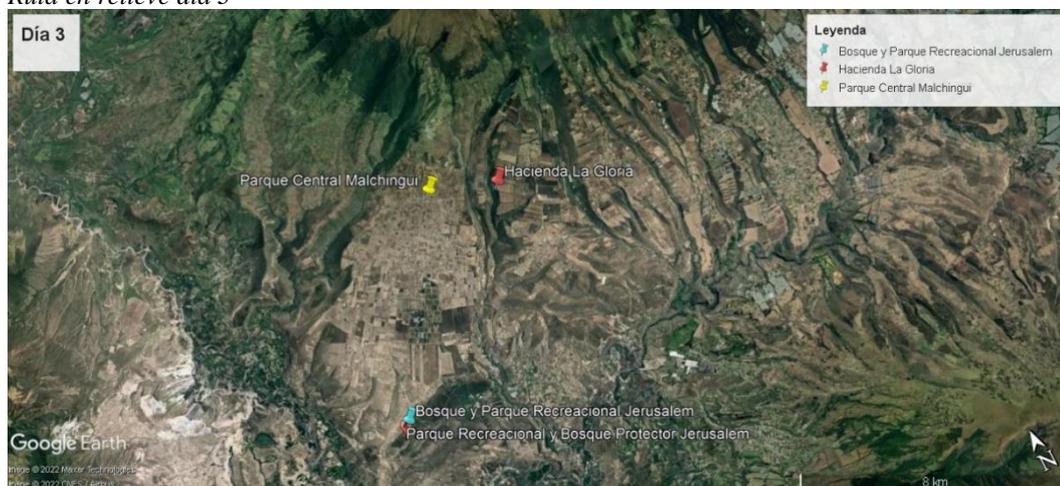


Nota: El gráfico representa la ruta vial del día tres del tour, (2022).

Ruta en relieve día 3

Figura 33

Ruta en relieve día 3



Nota: El gráfico representa la ruta en relieve del día tres del tour, (2022).

- b. Full day:** Añade vida a la vida viajando a los Valles interandinos del noreste del DMQ.

Parroquias: Tocachi

Target: Personas de 40 a 70 años (Generación X y Baby boomers)

Programa: full day

Grado de Dificultad: Fácil

Implementos: ropa cómoda, protector solar, kit personal de bioseguridad.

Descripción:

La ruta se asienta en la parroquia de Tocachí, es una invitación para los adultos y personas de la tercera edad que quieran salir de la rutina, viajar con seguridad, calidad, relajación y conocer nuevas culturas, para ellos se implementó la visita al Parque Arqueológico Cochasquí, para que puedan conocer sobre la historia, etnografía sobre la civilización pre- inca que se asentó en la parroquia, se incluirá también la presentación del conjunto de Bombos y Flautas de la comunidad, que es

una presentación musical y de danza con el fin de aprovechar este recurso étnico cultural propio y único, también podrán compartir con la comunidad con el almuerzo proporcionado de la misma, incluye también la animación turística con el propósito de que se pasen un momento ameno.

Itinerario

Full day

Tabla 34

Itinerario full day

Hora	Detalle	Observaciones
08h00-08h15	Salida de Quito-Punto de encuentro Casa de la Cultura.	Presentación guía y conductor. Se espera a todos 15 minutos máximo.
08h15-09h40	Traslado hacia el parque arqueológico Cochasquí. Tiempo de traslado 1 hora 25 minutos	
09h40-13h00	Llegada al Parque Arqueológico Cochasquí. Tiempo de visita 3 horas y 20 minutos.	Tour guiado por el museo y las pirámides del Parque Arqueológico Cochasquí.
13h00-14h00	Almuerzo. Tiempo de almuerzo 1 hora	Almuerzo de parte de la comunidad
14h00-14h30	Visita a la comunidad Cochasquí.	Compra de souvenirs y animación turística.
14h30-16h30	Presentación del baile de Bombos y Flautas. Tiempo estimado de la actividad 2 horas y 30 minutos.	Presentación del baile y se comparte con la comunidad un lunch
17h38	Llegada a Quito	

Nota: Esta tabla muestra el itinerario para el full day en la parroquia Tocachi, (2022).

Ruta vial full day

Figura 34

Ruta vial full day

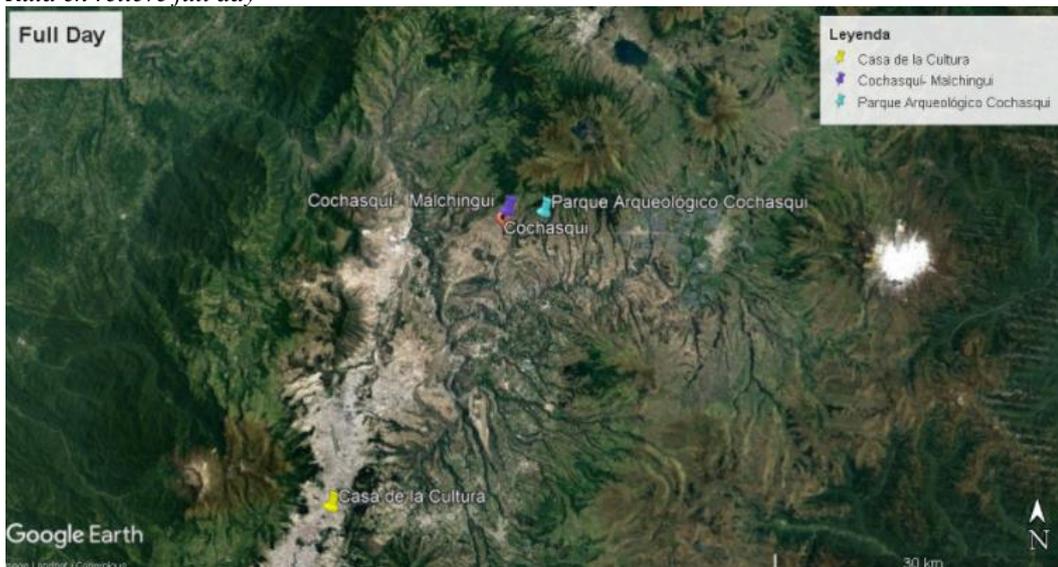


Nota: El gráfico representa la ruta vial del full day en la parroquia Tocachi, (2022).

Ruta en relieve full day

Figura 35

Ruta en relieve full day



Nota: El gráfico representa la ruta en relieve del full day en la parroquia Tocachi, (2022).

Impacto

El proyecto influye de manera positiva tomando en cuenta el área social, económica y ambiental dando un medio positivo, esperando sea de largo plazo para ayudar a incrementar el turismo en las parroquias de estudio y eso permita que se mejore el nivel económico de las personas nativas, con el tiempo que se generen plazas de trabajo por el incremento de hoteles y restaurantes que hacen falta en algunas parroquias, tomando en cuenta la sustentabilidad y sostenibilidad.

Síntesis del capítulo

De acuerdo a la investigación previa y los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas aplicadas, se realizó la propuesta para dos targets distintos, un tour tres días dos noches para jóvenes y un full day para adultos y tercera edad, incorporando las cuatro parroquias, actividades propias de cada público objetivo, atractivos turísticos y demás servicios turísticos como guianza, transporte y alimentación, para atraer la atención del viajero y se pueda aumentar el turismo en las parroquias.

CONCLUSIONES

La investigación realizada determina que los factores como la ubicación y los atractivos turísticos que tiene cada parroquia contribuyen favorablemente para poder realizar un producto turístico en los valles interandinos del Distrito Metropolitano de Quito, mientras que otros factores como la conectividad y vías de acceso tendrían que mejorar para que se pueda llegar a mejores resultados.

La principal actividad turística de las parroquias Tababela, Puembo, Tocachi y Malchinguí es la agricultura debido a su ecosistema, no obstante, el turismo también es una actividad que les ayuda económicamente y ayuda a conservar la naturaleza, se pudo identificar atractivos turísticos potenciales que sobresalen de cada parroquia, los cuales ayudarán a atraer al turista.

Se pudo determinar mediante las herramientas de investigación la situación turística de los valles interandinos, la evolución que han tenido y como se encuentran debido a la pandemia, se concluye que, se pudo sacar datos que fueran de ayudar e importancia para poder diseñar un producto turístico que incorpore las cuatro parroquias de estudio, atractivos turísticos importantes de las mismas y actividades de acuerdo al target, tomando en cuenta las carencias que aún tienen algunas parroquias en cuanto a conectividad y servicios para poder tomarlas en cuenta, tomar el gran potencial turístico debido a su ecosistema y su cercanía de la capital lo cual hace más , mediante el tour tres días, dos noches y el full day creado se puede llenar las expectativas de los turistas, atrayéndolos y generando ingresos a las parroquias y a sus comunidades, haciéndolo de manera sostenible y sustentable con el ecosistema de las mismas ya que albergan una gran cantidad de flora y fauna nativa y endémica

RECOMENDACIONES

Se sugiere diseñar otro producto turístico para los valles interandinos con más tipos de mercado público, haciendo un estudio para poder determinar otros targets y poder crear más rutas con diferentes actividades que atraigan más turistas y se pueda ayudar a incrementar el flujo turístico de la zona.

En base a los resultados recogidos de la investigación se recomienda analizar otros atractivos turísticos y recursos que tienen las parroquias, debido a que se identificaron varios que pueden ser usados para realizar otros productos y rutas turísticas, como las cascadas que tienen algunas de áreas de estudio o lugares para avistamiento de aves dado el potencial por su biodiversidad.

En base a los resultados se sugiere también realizar un proyecto para ayudar a la señalética de algunos sitios turísticos como la comunidad o pirámides de Cochasqui, que no cuentan con ello y al realizarlo se puede ayudar a que más turistas puedan identificar el atractivo y visitarlo más seguido.

REFERENCIAS

Abundis, V. M. (2016). *Beneficios de las encuestas electrónicas como apoyo para la investigación*. Dialnet.unirioja.es.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7286080>

Carrera, Bustamente, Sáenz, M. I. C. M. B. (2016). *Las áreas protegidas del Distrito Metropolitano de Quito*. (1ªed.) 1-68 Alvaro Samaniego

Ponce. <https://condesan.org/wp-content/uploads/2017/07/Libro1.pdf>

Carrera, Bustamente, Sáenz, M. I. C. M. B. (2016). *Las áreas protegidas del Distrito Metropolitano de Quito* (1.ª ed.). Alvaro Samaniego Ponce

<https://condesan.org/wp-content/uploads/2017/07/Libro1.pdf>

Chan, N. C. (2005). *Circuitos turísticos, programación y cotización* (3.ª ed.1).

Ediciones turísticas.

[file:///C:/Users/dell/AppData/Local/Temp/Rar\\$DIa0.754/Circuitos-](file:///C:/Users/dell/AppData/Local/Temp/Rar$DIa0.754/Circuitos-Tur%C3%ADsticos_-_Programaci%C3%B3n-y-Cotizaci%C3%B3n.pdf)

[Tur%C3%ADsticos_-_Programaci%C3%B3n-y-Cotizaci%C3%B3n.pdf](file:///C:/Users/dell/AppData/Local/Temp/Rar$DIa0.754/Circuitos-Tur%C3%ADsticos_-_Programaci%C3%B3n-y-Cotizaci%C3%B3n.pdf)

Congreso Nacional. (2014, diciembre). *Ley de Turismo*.

[https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf)

[TURISMO.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf)

GAD Provincia de Pichincha y Gad Parroquia Malchinguí. (2015). *Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial (PDyOT) de la parroquia de Malchinguí del Cantón Pedro Moncayo, Provincia de Pichincha*. Octubre 2015.

http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/PDOT%20MALCHINGUI%202015.pdf

GAD Provincia de Pichincha y Gad Parroquia Malchinguí. (2015). *Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial (PDyOT) de la parroquia de Malchinguí del Cantón Pedro Moncayo, Provincia de Pichincha*. Octubre 2015.

<http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenopaginas/archivos/PDOT%20MALCHINGUI%202015.pdf>

Gobierno de Pichincha. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Pichincha 2015–2019*.

<http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenopaginas/archivos/PDOT%20PUEMBO%202012.pdf>

Gobierno de Pichincha. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Pichincha 2015–2019*.

http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/LOTAIP_AneXos/Lit_K/pdot%20actualizacion%202015%20al%202019.pdf

Gobierno de Pichincha y Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

(2015). 1-181 *Actualización del Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Tababela: Vol. Capservs Medios*. Septiembre 2015.

<http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenopaginas/archivos/PDOT%20TABABELA%202015.pdf>

Grajales, T. G. (2000, marzo). *Tipos de investigación*.

Maya, E. M. (2014). *Métodos y Técnicas de investigación: Vol. Universidad Nacional Autónoma de México* (1.^a ed.).

http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente. (2016, enero). *Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas*.

Prefectura de Pichincha. (2017a, septiembre 27). *Parque Arqueológico Cochasquí*. Pichincha.gob.ec.
<https://www.pichincha.gob.ec/component/k2/item/16-parque-arqueologico-cochasqui>

Prefectura de Pichincha. (2017, 27 septiembre). *Parque Arqueológico Cochasquí*. Pichincha.gob.ec. <https://www.pichincha.gob.ec/component/k2/item/16-parque-arqueologico-cochasqui>

Programa de Cooperación al Desarrollo Económico, Embajada de Suiza en Perú. (2014). *Manual para la Planificación de Productos Turísticos: Vol. Editorial Arkabas* (Primera edición). Mayo de 2014.
<https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

Quito Tour Bus. (s. f.). *Quito Tour Bus tours*. <https://quitotourbus.com/>

Quito Turismo. (2021, diciembre). *UIO_Cifras_2021*.

SERNATUR. (2015, diciembre). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados* (N.º 1). Subsecretaría de Productos y Destinos Sustentables.
<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Validación de instrumentos de investigación

Instrumento 1: Preguntas para entrevistas

ENTREVISTA PRESIDENTE Y LÍDER DE OPINION DE LA COMUNIDAD DE COCHASQUÍ

FECHA: 25 –Enero-2022

DATOS DE LOS ENTREVISTADOS:

NOMBRE: Juan Carlos Espinosa Mármol, Orlando Hidalgo

CARGO: Presidente y líder de opinión de la Comunidad de Cochasquí

1. ¿La Comunidad de Cochasquí participa en actividades turísticas?
2. ¿Cuáles son los beneficios de la actividad turística para la comunidad de Cochasquí?
3. ¿Cuáles son los atractivos que según su criterio tienen potencial turístico en Cochasquí?
4. ¿Cuál es el grado de conservación del atractivo según su criterio?
5. ¿Cómo cree usted que ha ido evolucionando la actividad turística en Cochasquí en los últimos años?
6. ¿Cómo considera usted que han sido la evolución de las visitas a Cochasquí antes y después de la pandemia?, ¿Cuál es el turista que visita generalmente Cochasquí?
7. ¿Cuentan en Cochasquí con prestadores de servicios calificados?
8. ¿Considera que existe en Cochasquí facilidades, accesibilidad, conectividad para que se le considere un destino desarrollado? ¿Qué le faltaría?

Instrumento 2: Cuestionario encuesta

**ENCUESTA PRODUCTO TURÍSTICO EN LOS VALLES
INTERANDINOS DEL NORESTE DEL DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO**

La siguiente encuesta tiene como objetivo congregar información para el diseño de un producto turístico en los valles interandinos del noreste del DMQ, los datos recopilados serán utilizados para crear una nueva propuesta para la carrera de Turismo del Instituto Tecnológico Universitario Internacional ITI.

Instrucciones:

Lea cuidadosamente las siguientes preguntas y conteste según usted crea conveniente. Su participación contribuirá con información importante para poder diseñar un producto turístico que ayude a incrementar la actividad turística de la zona.

Edad:

15 – 20 años

20 – 25 años

25 – 30 años

30 – 35 años

35 – 40 años

40 –45 años

45 en adelante

Género:

() Femenino

() Masculino

Otro

Nacionalidad:

Lugar de residencia:

1. ¿Cuándo viaja cuál es o son sus motivaciones de viaje?

Vacaciones, recreo y ocio

Visita a familiares y amigos

Educación y formación

Salud y atención médica

Religión, peregrinaciones

Compras

Tránsito

Negocios y motivos profesionales

Otra

2. ¿Cuál sería su tiempo disponible para hacer turismo?

Menos de un día

De 1 a 3 días

De 4 a 6 días

Más de 6 días

3. Le gustaría visitar los valles interandinos del noreste del DMQ?

SI ___ NO ___

4. ¿Cuál de las siguientes parroquias mencionadas ha visitado usted como turista?

Tababela

Tocachi

Puenbo

Machinguí

5. ¿Qué atractivos turísticos de los mencionados a continuación a visitado o le gustaría visitar?

Molino de Piedra (Parroquia Tababela)

Puenbo birding garden (Parroquia Puenbo)

Parque Recreacional y Bosque Protector Jerusalem (Parroquia Malchinguí)

Cañón del río Chinche (Parroquia Puenbo)

Parque Arqueológico Cochasquí (Parroquia Tocachi)

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir por persona por día en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ?

De \$ 30,00 a \$50,00

De \$ 60,00 a \$80,00

De \$80,00 a \$120,00

Más de \$120,00

7. ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría efectuar en un tour en los valles interandinos del noreste del DMQ?

Avistamiento de aves

Senderismo

Agroturismo

Ecoturismo

Camping

Turismo gastronómico

Turismo cultural

- () Ciclo turismo
- () Visita a ferias y mercados
- () Otros

8. Califique el grado de importancia que usted identifica en las siguientes facilidades y servicios para mejorar la oferta turística en los valles interandinos del noreste del DMQ, siendo 1 poco importante y 5 muy importante

Facilidades / Servicios	1	2	3	4	5
Facilidades					
Conectividad					
Vías de acceso					
Servicios Básicos					
Seguridad					
Bio seguridad					
Servicios					
Alojamiento					
Alimentos y bebidas					
Transporte turístico					
Recreación					
Agencias de viajes					

9. ¿Cuál considera que es grado de importancia de los ítems propuestos para mejorar la oferta turística de los valles interandinos? Siendo 1 nada importante y 5 muy importante

	1	2	3	4	5
Tababela					

Vías de acceso					
Seguridad					
Conectividad					
Promoción turística					
Infraestructura					
Accesibilidad					
Señalética					
Precios					
Oferta turística variada					
Tocachi					
Vías de acceso					
Seguridad					
Conectividad					
Promoción turística					
Infraestructura					
Accesibilidad					
Señalética					
Precios					
Oferta turística variada					
Puembo					
Vías de acceso					
Seguridad					
Conectividad					
Promoción turística					
Infraestructura					
Accesibilidad					

Señalética					
Precios					
Oferta turística variada					
Machinguí					
Vías de acceso					
Seguridad					
Conectividad					
Promoción turística					
Infraestructura					
Accesibilidad					
Señalética					
Precios					
Oferta turística variada					

10. ¿Cómo le gustaría recibir información turística?

- Por medio de página web
- Por medio de correo electrónico
- Por medio de WhatsApp
- Por medio de redes sociales
- Personalmente
- Por medio de una revista de turismo
- Agencias virtuales

ANEXOS

CAUSAS →	DEFINICION DEL PROBLEMA	← CONSECUENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de productos turísticos que incluyan a las parroquias y atractivos turísticos de los valles interandinos del noreste del DMQ. • Falta de información sobre los atractivos turísticos de la zona. • Falta de rutas enfocadas al aviturismo en la zona. 	<p>Falta de productos turísticos en los valles interandinos del noreste del Distrito Metropolitano de Quito.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja afluencia turística • Falsa concepción del turista de los atractivos. • Atractivos poco visitados
↑ INDICADORES		
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de la afluencia turística del año 2019 al 2020 por la pandemia. • 4 atractivos desaprovechados (Bombos y Flautas, Molino de piedra, Parque recreacional y Bosque Protector Jerusalem, Parque Arqueológico Cochasquí) • Espacios naturales de difícil acceso 		