



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:**

**INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y  
TURÍSTICAS**

**TEMA:** DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA, PARA LA  
REVALORIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS DE LA PARROQUIA  
GUANGOPOLO

**AUTORA:** DAISY CORINA BORJA BORJA

**TUTOR METODOLÓGICO:** DOC. ELFIO PÉREZ FIGUEIRAS

**TUTOR TÉCNICO:** MGS. FRANCISCO DAVID VINUEZA BURGOS

**AÑO: 2016**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por ser quien me dio la vida y por brindarme la oportunidad de tener a mis padres quienes son el pilar fundamental y un ejemplo a seguir en mi vida, constituyendo el legado más grande y valioso que pudiera recibir. Mis hermanos y familia, quienes han sido mi ayuda constante en cada paso de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar quiero agradecer a Dios por bendecirme y permitirme finalizar mi carrera. A mi familia, en especial a mis padres por su apoyo constante. A mis hermanos, su ejemplo ha sido fundamental para esforzarme cada día más. A esta distinguida institución, me siento orgulloso de haberme formado en la Universidad Tecnológica Israel. Y a todas aquellas personas que contribuyeron con su apoyo tiempo e información para el logro de mis objetivos. A todos muchas gracias.

## **RESUMEN**

La palabra turismo, se considera una actividad dinamizadora en una sociedad ya que juega un papel preponderante, pues constituye una de las actividades sociales, económicas y culturales que, dadas las bondades que ofrece la localidad, apalanca y sustenta el desarrollo socio-económico del territorio y de la colectividad en la cual se realizan dichas actividades.

El diseño de una Ruta Turística en Guangopolo pretende revalorizar sus manifestaciones culturales y consolidar sus atractivos turísticos como un producto que impulse la actividad turística en la parroquia.

De esta manera afianzar un eje de desarrollo socioeconómico sostenible y sustentable que integre a grupos o colectivos que se encuentran más desprotegidos frente a otros que han logrado su desarrollo y crecimiento.

### **Palabras claves**

Turismo, Sistema turístico, Ruta turística, Turista

## **ABSTRACT**

The word tourism is considered a revitalizing activity in a society as it plays a major role, as it constitutes one of the social, economic and cultural activities, given the advantages offered by the town, leverages and supports the socio- economic development of the territory and the community in which these activities are performed.

The design of a tourist route in Guangopolo seeks to reposition its cultural manifestations and consolidate its tourist attractions as a product that promotes tourism in the parish.

Thus securing an axis of sustainable development that integrates sustainable socioeconomic groups or groups that are most vulnerable against others who have achieved their development and growth.

### **Keywords**

Tourism, Tourism System, Touristic Route, Tourist

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
RESUMEN.....	IV
ABSTRACT.....	V
ÍNDICE .....	VI
ÍNDICE DE TABLAS .....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICO – METODOLÓGICA.....	4
2.1 Antecedentes .....	4
2.2 Conceptualización .....	10
2.3 Metodología .....	16
2.3.1 Histórico-lógico .....	16
2.3.2 Inductivo-deductivo.....	17
2.3.3 Método analítico- sintético .....	17
2.4 Técnicas de investigación .....	17
2.4.1 La observación .....	17
2.4.2 La encuesta.....	17
2.5 Cálculo y tamaño de la muestra .....	18
III. DESARROLLO DEL PRODUCTO.....	28
3.1 Análisis del Territorio.....	28
3.2 Análisis de la población.....	32
3.3 Estudio de mercado .....	32
3.3.1 Análisis de la oferta .....	32
3.3.2 Análisis de la demanda.....	33
3.3.3 Identificación de competidores .....	36
3.4 Identificación de la actividad turística .....	37
3.4.1 Análisis del atractivo .....	37
3.4.2 Análisis Planta turística.....	38

3.4.3	Análisis FODA Y CPES .....	41
3.5	Diseño del circuito de la ruta .....	42
3.5.1	Objetivo de la ruta .....	42
3.5.2	Itinerario de la ruta.....	44
3.5.3	Descripción de la ruta .....	45
3.6	Estrategias para la comercialización y difusión de la ruta.....	46
3.6.1	Estrategias del Marketing MIX .....	46
3.7	Planteamiento de mejoras en los atractivos y planta turística.....	50
3.7.1	Ruta.....	50
3.7.2	Establecimientos de comida .....	53
3.7.3	Manejo de las áreas de vida silvestre .....	53
3.8	COSTOS.....	53
3.8.1	Precio del paquete.....	53
3.8.2	Presupuesto Marketing MIX.....	55
3.8.3	Presupuesto señalética .....	55
3.8.4	Costo de implementación .....	55
IV.	CONCLUSIONES .....	56
V.	RECOMENDACIONES .....	57
VI.	BIBLIOGRAFÍA .....	58
	ANEXOS.....	59

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. ¿Cómo se informa sobre los lugares turísticos del país? .....	19
Tabla N°2. ¿Con quién suele viajar al visitar un lugar turístico? .....	20
Tabla N°3. ¿Con que frecuencia viaja?.....	21
Tabla N°4. ¿Qué aspectos considera un factor para viajar? .....	22
Tabla N°5. ¿Usted conoce una ruta turística? .....	23
Tabla N°6. ¿Conoce los atractivos turísticos de Guangopolo?.....	24
Tabla N°7. ¿Considera que es necesaria la revalorización de los atractivos turísticos de Guangopolo?.....	25
Tabla N°8. ¿Cree que el turismo es una alternativa para generar ingresos económicos en Guangopolo? .....	26
Tabla N°9. ¿Opina que el diseño de una ruta turística en Guangopolo serviría para incrementar la visita de turistas? .....	27
Tabla N°10. Población total.....	32
Tabla N°11. Valoración turistas nacionales .....	35
Tabla N°12. Valoración turistas extranjeros .....	36
Tabla N°13. Identificación de competidores .....	37
Tabla N°14. Atractivos turísticos .....	38
Tabla N°15. Alojamiento .....	39
Tabla N°16. Alimentación .....	39
Tabla N°17. Matriz (CPES) Causa, Problema, Efecto y Solución.....	41
Tabla N°18. Matriz FODA (Fortalezas- Oportunidades- Debilidades y Amenazas) ....	42
Tabla N°19. Itinerario de la ruta .....	44
Tabla N°20. Descripción de la ruta.....	45
Tabla N°21. Canales de distribución .....	50
Tabla N°22 .Precio individual.....	53
Tabla N°23. Precio del paquete incluido el transporte hacia el Volcán Ilaló .....	54
Tabla N°24. Precio del paquete sin transporte .....	54
Tabla N°25. Presupuesto Marketing MIX .....	55
Tabla N°26. Presupuesto señalética .....	55
Tabla N°27. Costo de implementación .....	55



## I. INTRODUCCIÓN

Turismo, es la actividad que desplaza a las personas a lugares distintos al de su entorno habitual, siendo motivados por la atracción que este lugar pueda ofrecerles durante su estancia.

La Organización Mundial de Turismo, considera que es el traslado donde la o las personas se desplazan a un lugar distinto durante un período mayor a 24 horas e inferior a un año, motivados por la recreación de actividades distintas a las habituales y sin fines de lucro. (OMT, 2005).

En base a este concepto se considera que el turismo se ha convertido en un factor de progreso socioeconómico en el Ecuador; el cual se enmarca bajo normativas de desarrollo integral con la sociedad y sus principales actores. Las regiones ecuatorianas cuentan con un alto potencial turístico que permiten el avance de esta modalidad a través del tiempo, pero el desconocimiento y la improvisación generan un desarrollo poco estable y una desigualdad en la entrega de recursos

Ecuador es considerado un país mega diverso donde sus atractivos culturales-históricos y naturales hacen un destino llamativo para los turistas y prueba de ello es la parroquia Guangopolo, localizada en la Cordillera Occidental de los Andes a las faldas del Ilaló y al sur del Distrito Metropolitano de Quito. “De origen preincaico de los Quitos-Caras, considerada por ello una comunidad de las más antiguas. Durante la colonia se encontraba anexada a Tumbaco, para después formar parte de Alangasí y Conocoto, en 1992 mediante escritura se independiza, en 1923 se divide en dos parroquias Guangopolo y la Toggla.” (Tobar, 2011)

Su nombre tiene una procedencia de dos reyes de comunidades distintas, “Guango”, que en lengua quichua quiere decir princesa y “Pulu” que significa “Príncipe” Guangu-pulu debió ser el nombre original de esta población que se castellanizó con el pasar de los años en Guango-polo, cuyo significado debió ser guango redondo. Otra alusión al nombre de Guangopolo refiere que este territorio lo denominaban “Guango”, por tener su cabello largo y trenzado (Tobar, 2011)

Guangopolo, cuenta con una variedad de tradiciones histórico-culturales, siendo una de sus principales fue la elaboración de la shusuna o cedazo que antiguamente fue elaborado con cabuya fibra que se obtenía de la planta con la misma denominación y

su contorno fue elaborado de la madera de pumamaqui, se utilizaba para poder cernir la chicha de maíz (bebida ceremonial fermentada), pero con la admisión de un sacerdote español a la comunidad indígena, fue quien les enseñó a tejer el cedazo con crin de caballo cuya materia prima se la importaba desde Colombia o haciendas nacionales.

“Es así como este utensilio de cocina ocupó la mano de obra de Guangopolo y generó una economía rentable hasta la aparición del cernidor de plástico que desplazó este artículo hasta convertirla en artesanía folclórica.” (Tobar, 2011)

“Capital Mundial del Cedazo”, reconocida por resguardar la tradicional elaboración de esta artesanía, que conlleva una cuidadosa y laboriosa herencia familiar que se ha transmitido de generación en generación a través de los tiempos, elaborado con pelo de caballo, madera de pumamaqui y mucha creatividad, es una pieza de arte o instrumento culinario entre las familias guangopunguenses.

“El proceso de la elaboración inicia con la selección, cortado, lavado y peinado de la crin de caballo, para proceder a curtirlo así se obtendrá el pelo listo para comenzar a trenzarlo y obtener la base del cedazo que se unirá con la madera para darle su forma ovalada hasta moldearlo y obtener el cedazo.” (Tobar, 2011)

El informe de la Municipalidad de Guangopolo (2014), considera que la elaboración del cedazo es un producto importante en la parroquia, ya que dinamiza la economía de las familias que conservan esta tradición y es por ello que se oficializaron las fiestas en el mes de marzo y abril, para incentivar el empuje económico de la población.

Otra de sus manifestaciones histórico culturales es la producción del Chaguarmishqui, palabra quechua que quiere decir Chaguar =penco o extraer y Mishqui=dulce; este líquido está ligado a culturas andinas cuya elaboración aún la mantiene uno de los pobladores en Guangopolo, esta bebida se obtiene del penco, planta andina que crece a las faldas del volcán inactivo Ilaló.

Además de considerar al cedazo y la obtención del Chaguarmishqui como manifestaciones de gran relevancia histórico-cultural, también se han identificado otras potencialidades turísticas como: El Cerro del Ilaló, Centro Artesanal el Cedacero, la Iglesia de la Santísima Trinidad, el Balneario Rumiloma y su gastronomía, que hacen de la población Guangopolo un potencial para el desarrollo turístico.

Al analizar la situación de la parroquia Guangopolo se evidencia que se hace necesario el diseño de una ruta turística; encaminada a revalorizar el potencial turístico a través de sus atractivos naturales, culturales y gastronómicos.

Esto constituyó el problema que abordó esencialmente este trabajo, quedando el tema del mismo enunciado de la forma siguiente: **Diseño de una ruta turística, para la revalorización de los atractivos de la parroquia Guangopolo.**

Donde se confeccionó el objetivo general subsiguiente: Diseñar una ruta turística, para la revalorización de los atractivos de la parroquia Guangopolo.

Los objetivos específicos trazados para el desarrollo de la ruta fueron:

1. Fundamentar teórica y metodológicamente el diseño de una ruta turística.
2. Diagnosticar los recursos y potencialidades que posee la parroquia Guangopolo.
3. Plantear el diseño de una ruta turística, para la revalorización de los atractivos turísticos de la parroquia Guangopolo, cantón Rumiñahui, provincia Pichincha.

Finalmente este trabajo se estructuró de la siguiente manera: introducción, conceptualización teórico metodológica, desarrollo del producto, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## II. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICO – METODOLÓGICA

### 2.1 Antecedentes

En la historia los orígenes de los viajes de la humanidad tienen un arraigo en el instinto del hombre por el cambio y el desplazamiento; por lo que hoy en día podríamos considerarlo como viajes turísticos. “Donde no se consideró a los traslados por guerras, migraciones de pueblos o expediciones militares, etc.; pero si se relaciona con la religión, el ocio, la salud, el tiempo libre, el dinero y los medios de transporte.” (Universidad Central del Ecuador, 2008)

Al relacionarnos con las definiciones de turismo, consecuentemente se procedió a identificar su historia, el desarrollo en el mundo y sus etapas, las mismas que las mencionaremos a continuación:

En consideración a Castro (2007), los orígenes y antecedentes desde la antigüedad hasta el siglo XIX podemos discurrir que las principales ciudades en destacar en el origen del turismo fueron: Roma, Grecia, Fenicia y Egipto, en sus diferentes etapas de desarrollo social e histórico, donde sus motivaciones fueron el deporte, salud, religión y negocios; se crearon infraestructuras necesarias para su desarrollo , tales como posadas, restaurantes, barcos de pasajeros, pues la demanda de viajes aumentó debido a estas nuevas actividades de ocio..

Por otro lado Korstanje (2008), en su artículo publicado en la revista PASOS sobre la "Historia del Turismo" basado en el libro de Miguel Khatchikian, considera tres diferentes etapas para el florecimiento del turismo como fenómeno mundial considerando así: la etapa pre-industrial, la moderna y turismo masivo.

El pre-turismo como un fenómeno lo podemos localizar en Grecia, considerada la primera civilización que dio sentido al ocio, después de instaurar su civilización; la clase alta gozaba de tiempo libre, ya que consideraban que el trabajo era un menester y que solo debían realizarlo la clase baja. Su tiempo libre lo dedicaban a la oratoria, la cultura, religión, el deporte y la diversión; entre las actividades de más relevancia son la olimpiadas, considerada religiosa (honor al Dios Zeus y deportiva por que acudían personas de todo el territorio). Está cultura tuvo su auge y desarrollo, pero también su declinación donde aparecen los Romanos y se instaure su supremacía como cultura, quienes adoptaron costumbres de Grecia, ya que también disfrutaban de su tiempo libre

realizando visitas a templos, santuarios y siendo muy aficionados de las termas, se destacaron los grandes espectáculos como las luchas en la arena que eran encuentros de gladiadores o personas que habían quebrantado la ley. “Estas dos culturas sobresalen en las primeras manifestaciones turísticas, donde se observan las motivaciones y desplazamientos más comunes en la antigüedad.” (Universidad Central del Ecuador, 2008)

Por otro lado, el libro Fundamentos del turismo de la Universidad Central (2008); registra dos etapas posteriores antes del desarrollo industrial:

La etapa de la Edad Media, que se da después de la caída del imperio romano, donde las facilidades que se crearon para el desplazamiento (calzadas y vías) se deterioraron por la falta de mantenimiento, convirtiéndolas inseguras e incómodas. Se expone que la nueva motivación, son los traslados de peregrinaciones religiosas (cristianismo) para difundir y promover la fe cristiana.

El renacimiento, donde uno de sus personajes Marco Polo, fue quién difundió exóticos lugares visitados y diseñó el mapa Cantalán, que más tarde fue utilizado por Cristóbal Colón para el descubrimiento de nuevas tierras americanas. Se suscitaron grandes expediciones marítimas donde sus motivaciones fueron el conocimiento, el descubrimiento y la riqueza. Los ingleses adoptaron la modalidad de enviar a sus hijos a un viaje de conocimiento con el fin de complementar sus estudios, que tenía una duración de tres a cinco años a lo que se denominó “Gran Tour”.

En el artículo de la REVISTA PASOS donde su autor Korstanje (2008), considera que la época pre industrial está estimada hasta finales del siglo XVIII, esto se debe a dos acontecimientos principales que lograron conmocionar las estructuras políticas, económicas y sociales.

El desarrollo del turismo considerado por Korstanje (2008), supone que la era moderna en donde la agricultura aún era considerada una actividad próspera iba decayendo y para finales del siglo XVIII emergen las industrias y los agricultores abandonan el campo para buscar mejores ingresos económicos y nuevas oportunidades de progreso; lo que genera un proceso de urbanización en las ciudades, pero las condiciones de vida eran deplorables: el alcoholismo, los hacinamientos, el hambre y la explotación laboral son algunos de los problemas del siglo industrial europeo.

En este sentido la revolución industrial forjó nuevas formas de desplazamiento y sobre todo acortaron el tiempo entre ciudades, es necesario considerar los elementos que permitieron este desarrollo, entre ellos tenemos:

- ✓ Acumulación del capital que genera la especialización en nuevos servicios.
- ✓ Desarrollo del transporte (máquinas de vapor), donde el ferrocarril es fuente de inversión, la distancia entre las ciudades se simplifica, se realizan mejoras a los caminos y se crea un hábito por desplazarse a sitios diferentes. (Korstanje, 2008)

Lickorish & Jenkins (1997), acentúan en que el avance industrial favoreció el auge del turismo ya que surgen oportunidades de viajar a mayores distancias en períodos de tiempos cortos. Además se inventó el viaje en masa, el desarrollo de complejos turísticos donde se exaltan los agentes y tour operadoras incorporando métodos de marketing como los folletos, carteles, viajes organizados y paquetes turísticos.

Thomas Cook, empresario británico (1808-1892), es considerado como el hacedor del turismo e inventor de las agencias de viaje quien incorporó los servicios y facilidades para la comodidad del turista. Junto a Thomas Bennet organizó los primeros viajes “forfait”, individuales, todo incluido y las primeras excursiones desde las Islas Británicas hacia los Estados Unidos. Instauro los itinerarios, folletos y excursiones, así para 1867 se crea el “Voucher”, que se utiliza para pagar los servicios en un hotel mediante las agencias de viajes. (Universidad Central del Ecuador, 2008)

Al analizar a los autores Korstanje, Lickorish, Jenkins y la Universidad Central del Ecuador, podemos discurrir, que concuerdan entre las principales motivaciones para el desplazamiento o interés por viajar surge de:

- ✓ Lanzamientos de nuevos sitios turísticos
- ✓ Desarrollo del automóvil y avión (distancias más cortas)
- ✓ Mejora de las condiciones de trabajo entre ellas tenemos: el derecho al tiempo libre, vacaciones pagadas, descanso domiciliar, reducción de horas laborables.

En referencia a esto Khatchikian (2000), propone lo siguiente:

El transporte terrestre y su diversificación provocó, que los hoteles se trasladaran de las vecindades hasta las estaciones ferroviarias, debido a la demanda de los turistas, migrantes, entre otros clientes que utilizaban este medio de transporte para su traslado;

el avance continuo del transporte y el sistema de carreteras introdujo al vehículo, donde nuevamente se produce un cambio no tan notable pero considerable en la línea hotelera (pág. 34).

La Universidad Central del Ecuador (2008), mediante su libro “Fundamentos del turismo”, discurre los siguientes puntos donde, en base a la contribución del automóvil, se generan los siguientes beneficios para el disfrute del ocio o turismo:

- 1) Empresas
- 2) Elaboración de mapas y organización de excursiones
- 3) Descuentos en hoteles y restaurantes
- 4) Hoteles
- 5) Se desplazan alrededor de los terminales terrestres
- 6) Crean los moteles
- 7) Servicios
- 8) Se incorpora la alimentación en los moteles
- 9) Servicios de comidas rápidas en las carreteras

Todos estos factores incidieron en el origen y desarrollo del turismo; donde Korstanje, Lickorish, Jenkins, Kahtchikian y la Universidad Central del Ecuador, estudian la diversificación económica y consumo vinculados al tiempo libre, el transporte y el trabajo; de este último se crea la demanda turística como una forma de evasión en la rutina laboral y se desarrollan nuevos productos y sistemas para mejorar el servicio turístico, es por ello que Kahtchikian menciona:

El turismo con el pasar de los años se convierte en un dinamismo con identidad propia, donde el impulso por realizar actividades recreativas en sitios distintos, motivados por una satisfacción específica originan el placer por viajar (Kahtchikian, 2000).

Esta es una actividad que permite el desarrollo de poblaciones, incorporando así un nuevo producto que beneficie a la sociedad y su desarrollo económico y es por ello que Ecuador, es considerado como uno de los once países mega diversos del mundo, por contar con al menos 1640 especies de aves en sus 256376 km<sup>2</sup> de extensión territorial, además de sus atractivos naturales, culturales e históricos, categorizados en sus cuatro mundos, que son: Andes, Costa, Amazonia y Galápagos. (Universidad Central del Ecuador, 2008)

Yuvi (2008), señala que el Ecuador generó una atención por los turistas lo que lo convirtió en un atractivo turístico; SEDTA (servicios de transporte aéreo) por la década de los 40 intentó anexar sus servicios, pero se prorrogó por la segunda guerra mundial.

La primera aerolínea que sobrevoló las ciudades de Guayaquil, Esmeraldas, Manta, Quito, Cuenca y Loja fue PANAGRA, que también incorporó un paquete turístico de 21 días que incluía Ecuador; en 1947 se creó la agencia de viajes pionera en el mercado turístico llamada ECUADORIAN TOURS. Estas son las primeras expresiones del florecimiento del turismo pero fue hasta la presidencia de Galo Plaza Lasso (1948-1952), quien creó la primera oficina de turismo y oficializó su promoción hasta Estados Unidos llevando artesanías e informativos del país. (Yuvi, 2008)

La década de los 50 y 80 tuvieron gran preeminencia. Esto se debe a que en 1950, se crean dos grandes agencias de viaje como TURISMUNDIAL y METROPOLITANTOURING; está oferta viajes a Galápagos mediante la promoción puerta a puerta. En los años de 1950 y 1973 Ecuador tiene apertura hacia la demanda internacional, donde se generó un nicho de mercado forjando la expansión del mismo, varias empresas prestadoras de servicios turísticos surgen. (Yuvi, 2008)

Es así como se concibe al turismo desde sus épocas antiguas hasta lo que actualmente definimos como actividad turística, donde las personas se trasladan fuera de su lugar de residencia por menos de un año y sin considerar el lucro como su motivación; las facilidades que de acuerdo a cada época permitieron el auge de esta actividad, creó una necesidad por viajar en especial en la clase obrera.

En el Ecuador, se dio relevancia y apoyo al turismo, en la presidencia de Galo Plaza Lasso, quien presentó al país como un producto turístico especializado (creación de oficinas turísticas) y es de esta manera que en la actualidad se ha apostado en su corta extensión territorial por ofertar un producto turístico con una diversificación que la podemos encontrar en sus cuatro mundos que son Sierra, Costa, Amazonia y Galápagos, que propone una oferta turística distinta con altos potenciales para el avance y competencia frente a ofertas extranjeras.

El turismo es considerado un fenómeno donde las personas se desplazan por distintas motivaciones a lugares distintos al de su residencia habitual; además que es una palabra con varias interpretaciones, es por ello que se citaron distintas definiciones que varían de acuerdo al enfoque del concepto y época.

Turismo es la suma de relaciones que se manifiestan desde los viajes y estancias de los desplazamientos realizados por los viajeros o turistas, en cuanto su permanencia no se encuentre ligada a una permanencia fija y a actividades remuneradas.

La academia internacional de turismo de Mónaco, define etimológicamente a la palabra TOUR derivada del francés que significa viaje o excursión circular que se deriva del latín TORNARE sus raíces son TOUR y TURN derivadas del latín tornus (torno) como sustantivo y tornare (redondear, tornear, en latín vulgar girar (La academia internacional de turismo de Mónaco, 1955).

Torre (1980), deduce que el turismo es el traslado temporal y por voluntad propia, donde sus estimulaciones pueden considerarse a la salud, la cultura, el descanso, etc. No ejecutan actividades pagadas en su desplazamiento.

Medlik y Burkart (1981), “sostienen que es el viaje realizado fuera de su domicilio tradicional y de trabajo, donde las actividades realizadas en el destino son distintas a las acostumbradas.”

Wall & Mathieson (1982), definen: “es el movimiento temporal de las personas por períodos inferiores al de un año, donde las actividades y facilidades del lugar, satisfacen las necesidades de los desplazados en su período de estancia.”

Por otro lado, Roberto Boullon (1993), considera al turismo como las relaciones y fenómenos que conllevan al desplazamiento temporal, motivados por el deseo de viajar sin considerar actividades lucrativas.

La organización Mundial de Turismo (Conferencia de Ottawa, 1993), manifiesta que el turismo son viajes o estancias en lugares diferentes por un tiempo consecutivo e inferior a un año calendario, sus motivaciones pueden ser ocio, salud, deporte, etc.

Lickorish-Jenkis (1997), en su libro introducción al turismo identifican 3 características del turismo en su desplazamiento:

- ✓ El desplazamiento puede ser menos de un día (excursionista/visitante).
- ✓ Su desplazamiento puede ser dentro de su mismo país (turismo interno)
- ✓ Podría realizarse un desplazamiento que cruza la frontera, que se considera como turismo internacional.

De lo manifestado por los autores anteriormente citados podemos deducir que el turismo es el traslado de las personas desde su entorno habitual a uno distinto, motivados por el deseo de viajar o conocer un lugar diferente, realizar visitas a familiares, deporte, salud, etc., siempre y cuando el principal objetivo no sea el lucro, por el contrario se realice un gasto turístico en el lugar del desplazamiento y su período de estancia sea inferior a un año calendario. Además se manifiestan tres estancias que nos permitió identificar los desplazamientos al efectuar la actividad turística: visitante o excursionista, que refiera a salir de su lugar de residencia por menos de 24 horas, el desplazamiento interno, que es el traslado dentro de un país y el desplazamiento externo, que hace referencia al traslado externo o fuera de la frontera de un país.

Es así como con el pasar del tiempo se instauró el turismo desde la historia como una actividad que conlleva una serie de sistemas enlazados mutuamente, con la finalidad de satisfacer al cliente o turista potencial en un determinado espacio geográfico, brindando los recursos y servicios necesarios para su satisfacción y consumo; esta actividad puede tener distintas motivaciones que inciten a su desplazamiento siendo su finalidad la recreación motivados por el viaje a un lugar distinto del habitual, sin considerar actividades de lucro.

## **2.2 Conceptualización**

En él trabajo se utilizaron esencialmente los siguientes conceptos:

### **Turismo**

El fenómeno que desplaza a masas de personas es considerado como turismo, ya que se trasladan de un lugar habitual a uno diferente, sus motivaciones deben considerarse distintas a las de un negocio. Estas visitas o viajes dependiendo de su duración se consideran a los turistas, excursionistas (OMT, 2005).

En base a este concepto podemos definir que la actividad turística es el desplazamiento de una persona o un grupo de personas de su lugar habitual a uno distinto donde realice actividades de consumo, ocio y dispersión por un período mayor a 24 horas.

En este sentido Castro (2007), ha identificado los siguientes productos turísticos tomando en cuenta las motivaciones del desplazamiento:

## **Turismo cultural**

La motivación es el conocimiento de otras culturas, su desarrollo y etapas de la sociedad (historia, arqueología, arquitectura, religión filosofía, política, etc.).

## **Turismo deportivo**

Hall (1992), considera que el turismo deportivo son desplazamientos motivados por el interés de participar activa o pasivamente en actividades deportivas y su tiempo de estadía es temporal.

Dentro de esta modalidad se determinan 3 principales motivaciones consideradas por el Ministerio de Turismo:

- 1) Participación como espectadores a eventos deportivos
- 2) Práctica de un evento deportivo.
- 3) Participación en competencias deportivas

La práctica de actividades deportivas la pueden realizar en un espacio al aire libre o en instalaciones, y se lo puede ejecutar de forma individual o colectiva.

## **Turismo de placer**

También considerado como el turismo convencional donde su principal objetivo es el consumo masivo de bienes y servicios

## **Turismo de Salud**

Quesada (2006), considera los viajes donde el visitante busca la recuperación y el descanso o realizarse una intervención quirúrgica o tratamiento, con el fin de mejorar su salud física en general.

## **Ecoturismo**

Jones (1992), considera a los viajes comprometidos con el entorno (medio ambiente) y su vinculación directa con el bienestar de comunidad local.

## **Turismo Rural**

Se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza, la flora, fauna y las actividades cotidianas de la población.

- **Sistema Turístico**

Es el conjunto de elementos que interactúan en la actividad turística ya sea de una forma intrínseca o extrínseca.

Según Boullon, (2006), el modelo de la oferta-demanda centra su interés en el turismo comercial, donde la actividad turística se basa en la producción masiva y el consumo de bienes y servicios.

En función del modelo oferta-demanda planteado por Boullón (2006), identificamos los siguientes elementos:

### **Oferta turística**

Conjunto de productos y servicios turísticos que se adecuan a la necesidad del consumidor y turista del destino (OMT, 1998).

### **Demanda turística**

Según la OMT, la demanda turística es el desplazamiento de turistas motivados por los productos o servicios ofertados.

### **Producto**

Satisface el consumo de actividades turísticas, por lo cual se determina los siguientes elementos:

- ✓ Los recursos turísticos (elementos que motivan el viaje de los turistas).
- ✓ Los atractivos turísticos motivan el interés por viajar.
- ✓ La planta turística (instalaciones, equipos, empresas y personas que proporcionan el servicio turístico).
- ✓ Los servicios complementarios (servicios adicionales al producto turístico)

- ✓ Los medios de transporte permite el desplazamiento de los turistas
- ✓ La infraestructura básica.

- **Ruta turística**

Morales (2000), contempla que los recursos culturales y naturales son ejes primordiales para establecer una ruta turística, considerando al público ser partícipes en las actividades y situaciones en que se desarrollarán durante su recorrido.

Para efectos de turismo, la ruta es el camino que nos permite desarrollar una actividad turística determinada, conformada por una serie de valores naturales y culturales que hacen de ella un recurso de atracción. Esta debe estar ligada por ciertos requisitos que deben ser considerados de acuerdo al tipo de visitantes y las necesidades que deseen satisfacer en su desplazamiento (Alvarado, 2010).

El recorrido de una ruta debe estar formada por actividades recreativas y coherentes, donde los temas pueden ser variados y pueden tratar de: cultura, historia, formas de vida de la población, economía, etc.; este diseño debe ir acompañado de un folleto o guía impresa mediante el visitante o turista tenga referencia del lugar y atractivos por visitar (Alvarado, 2010).

Alvarado (2010), considera tomar en consideración los siguientes pasos para el diseño de una ruta turística:

- 1) Nombre y categoría.- Identifica el tipo de ruta a desarrollar, cultural de aventura, histórica o gastronómica, etc.
- 2) Localización.- Determinar los puntos exactos donde se encontrará la ruta, esto nos ayudará con el guión.
- 3) Superficie y extensión
- 4) Vías de acceso a los puntos de entrada.- Establecer las vías de acceso principales y alternativas.
- 5) Circulación interna.- Identifica las posibles sub rutas de posible interés
- 6) Delimitación de los elementos visuales.-Permitirá identificar los atractivos de la ruta.

Patrones climáticos.- Identificará el clima, temperatura, precipitaciones, humedad y estaciones del tiempo de acuerdo a la región en que se desarrollara la ruta.

- ✓ Atractivos naturales
- ✓ Atractivos culturales
- ✓ Atractivos de apoyo.

El Ministerio de Turismo también propone una matriz para el diseño de una ruta, que cuenta con los siguientes elementos.-

- ✓ Nombre de identificación de la ruta
- ✓ Datos generales de ruta
- ✓ Ubicación general y geo referencial
- ✓ Servicios básicos
- ✓ Infraestructura vial existente
- ✓ Tipo de movilización
- ✓ Estructura de la ruta
- ✓ Atractivos turísticos
- ✓ Perfil de visitante
- ✓ Facilidades turísticas

Por otro parte se identifican los tipos de rutas que podemos desarrollar en una localidad, entre ellas tenemos:

### **Ruta Gastronómica**

Se considera ruta gastronómica aquella donde se aprecie el proceso de elaboración agropecuario e industrial de un producto. Su nombre se identificará de acuerdo al producto ofertado (Barrera, 1999).

### **Ruta interpretativa temática**

En esta ruta se pueden presentar recorridos de carácter histórico, social o cultural dirigido para el público en general. Morales (2000), establece 2 tipos de rutas:

### **Ruta Temática Auto guiada**

Una ruta auto guiada es un recorrido donde los turistas o consumidores son autónomos en cuanto a su interpretación o apreciación del lugar, ya que su recorrido lo realizarán solos; se utilizan símbolos o medios interpretativos como; señalética, audio auto guiado,

flechas, indicadores, folletos, etc. Este tipo de ruta permite una apreciación personal del lugar visitado.

### **Ruta Temática Guiada**

Es el recorrido acompañado por un guía o intérprete, quien se encargará de proporcionar la información correspondiente, en el recorrido. Este tipo de ruta permite la interacción e intercambio de puntos de vista tanto del guía como del turista. Las rutas turísticas son consideradas un servicio interpretativo, es decir en contacto directo con el público y los recursos expuestos.

### **Visitante**

Un visitante se considera a una persona que transita en un país distinto al de su origen, por razones alternas al de desempeñar una actividad remunerada (Universidad Central del Ecuador, 2008)

Dentro de esta definición se considera a los turistas y excursionistas ya que son visitantes de un destino, pero se hace distinción de ellos por su permanencia en el lugar de viaje.

### **Turista**

El libro “Fundamentos del Turismo”, proveído por la Universidad Central (2008), precisa al turista como al visitante que se traslada por un período de 24 horas en su destino, cuyo propósito puede ser:

- a. Tiempo libre (salud, estudios, visita a familiares, deportes, religión).
- b. Familia, reuniones, gestiones.

Castro (2007), considera que existen varios elementos destacados para considerar a un turista, entre ellos tenemos:

- a. Persona o personas que se trasladan y su retorno será considerado destino de un límite de tiempo inferior a un año.
- b. El viaje debe ser mayor a 24 horas e inferior a 1 año, de permanecer más tiempo del indicado será considerado como emigrante.

- c. Las motivaciones del viaje pueden ser diversas.
- d. No se realiza diferenciación por idioma, ocupación, raza, religión, país de origen, etc.
- e. No se considera como turistas a las personas que se desplacen para ejercer un empleo o profesión, de igual manera a representantes consulares, diplomáticos, fuerzas armadas, inmigrantes, etc. Esto se debe a que su desplazamiento no corresponde a una motivación turística.

De igual manera Castro, en su libro elementos del turismo describe más elementos que forman parte de la actividad turística, pero, por su desplazamiento o permanencia en el lugar los considera como:

### **Excursionista**

El libro “Fundamentos del Turismo”, proporcionado por la Universidad Central (2008), precisa al turista como al visitante que se traslada por un período de 24 horas en su destino, cuyo propósito puede ser:

Tiempo libre (salud, estudios, visita a familiares, deportes, religión).

Familia, reuniones, gestiones.

## **2.3 Metodología**

La presente investigación utilizó los métodos siguientes:

### **2.3.1 Histórico-lógico**

“Lo histórico está relacionado con el estudio de la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el transcurso de una etapa o período. En cuanto a lo lógico se comete en el desarrollo del fenómeno y el funcionamiento de sus leyes a investigar.” (Pérez, 1996).

Este método permitió analizar los orígenes del turismo y la localidad a la cual va dirigida el proyecto de investigación, el estudio regresivo de la parroquia de Guangopolo posibilitó la valoración de los datos, concepciones, costumbres, criterios transmitidos en lo largo del tiempo y que son el sustento para develar la importancia de diseñar la ruta turística.

### **2.3.2 Inductivo-deductivo**

Ramírez (2003), considera que este método es un procedimiento que tiene relación con los hechos particulares en el proceso investigativo (...). Su complemento es el procedimiento deductivo donde el investigador recorre las afirmaciones generales o las características particulares del objeto.

Este método permitió realizar el estudio de los hechos particulares de un segmento del mercado referente al turismo y ocio, detallándose así los aspectos relacionados con actividades turísticas de la parroquia de Guangopolo; así como los hechos generales para concluir en hechos particulares que sustenten este proyecto de investigación.

### **2.3.3 Método analítico- sintético**

“Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado” (Abad, 2009).

Este método fue la base, en el transcurso del desarrollo del trabajo de investigación, que permitió separar los componentes de estudio y analizarlos independientemente del todo.

## **2.4 Técnicas de investigación**

La encuesta y la observación fueron las técnicas empleadas en el proceso de la investigación.

### **2.4.1 La observación**

Esta es una técnica que según Ramírez (2003), permite tener una valoración y una investigación planificada y sistemática del comportamiento del objeto en su medio.

La observación es una técnica que proporcionó información en cuanto al desarrollo de la actividad turística en la parroquia, cuáles son sus hábitos y preferencias.

### **2.4.2 La encuesta**

La encuesta es un instrumento de recolección de datos donde sus resultados permiten obtener una percepción y criterio sobre el tema a investigar (Ramírez. 2003, pág. 88).

Esta técnica se aplicó a los pobladores de Guangopolo, de esta manera se recabó información que permitió valorar el diseño de una ruta turística; la encuesta se estructuró con 9 preguntas cerradas y 1 abierta, donde se valoraron los siguientes puntos: medios de comunicación más frecuentes para conocer los sitios turísticos del país, factores para viajar, el conocimiento sobre las rutas turísticas de Pichincha, la identificación de los atractivos de Guangopolo y la aceptación de una ruta turística para dicha parroquia.

## 2.5 Cálculo y tamaño de la muestra

Para determinar la muestra en la población de Guangopolo y aplicar las encuestas, se consideró la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot PNQ}{(N-1)(e)^2 + (Z)^2 \cdot PQ}$$

Z	Nivel de confianza 95%	1.96
N	Tamaño del universo	3059
E	Error	0.08
P	Probabilidad de confianza	0.50
Q	Probabilidad de contra	0.50

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot 3059}{(3059-1)(0.08)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

$$n = \frac{2936.64}{20,53}$$

$$n = 143$$

A continuación, se presenta la tabulación de las encuestas conformadas por 9 preguntas cerradas y una abierta, realizadas a los pobladores de la parroquia Guangopolo, para la validación del diseño de una ruta turística. Se consideró establecer el rango de edad de los encuestados que varía entre 18 a 60 años de edad. Se tomó como referencia adicional el nivel de educación, ocupación y sexo.

(Mirar Anexo 1)

## Preguntas

### P1. ¿Cómo se informa sobre los lugares turísticos del país?

Tabla N°1. ¿Cómo se informa sobre los lugares turísticos del país?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Agencias de viaje	0	0%
Internet	23	16%
Familiares	120	84%
Otros	0	0%
Total	143	100%

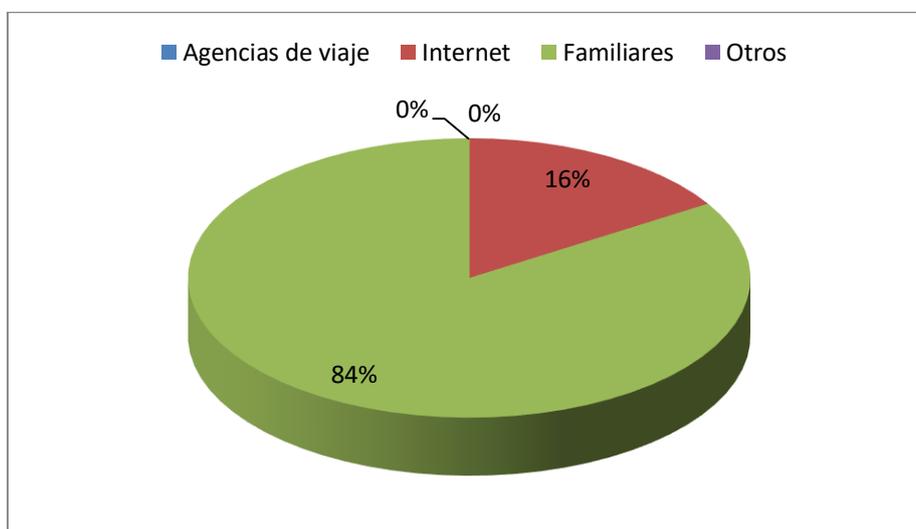


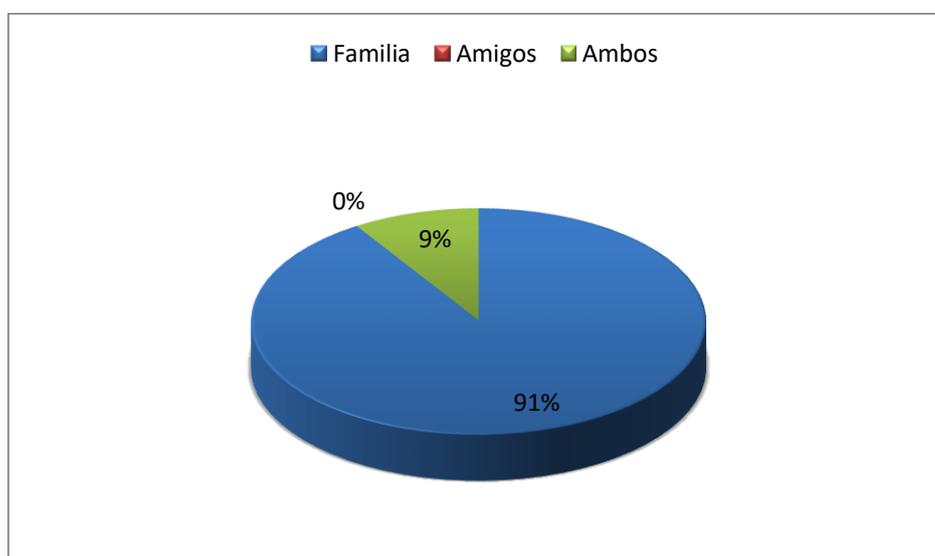
Figura N°1. ¿Cómo se informa sobre los lugares turísticos del país?

**Interpretación:** La mayor parte de los encuestados se informan mediante sus familiares, considerando que menos de la mitad a través de internet; mientras que las agencias de viaje no cuentan con un nicho de mercado en el entorno local.

**P2. ¿Con quién suele viajar al visitar un lugar turístico?**

**Tabla N°2. ¿Con quién suele viajar al visitar un lugar turístico?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Familia	130	93%
Amigos	0	0%
Ambos	13	9%
Total	143	100%



**Figura N°2. ¿Con quién suele viajar al visitar un lugar turístico?**

**Interpretación:** De los resultados a esta pregunta se puede deducir que los viajes los realizan mayormente en compañía de su familia, un porcentaje inferior refiere que menos de la cuarta parte considera realizar viajes de cortas distancias entre amigos, donde su período de desplazamiento es menos de 24 horas.

**P3. ¿Con que frecuencia viaja?**

**Tabla N°3. ¿Con que frecuencia viaja?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al mes	18	13%
Tres veces al año	45	31%
Menos de una vez al año	80	56%
Total	143	100%



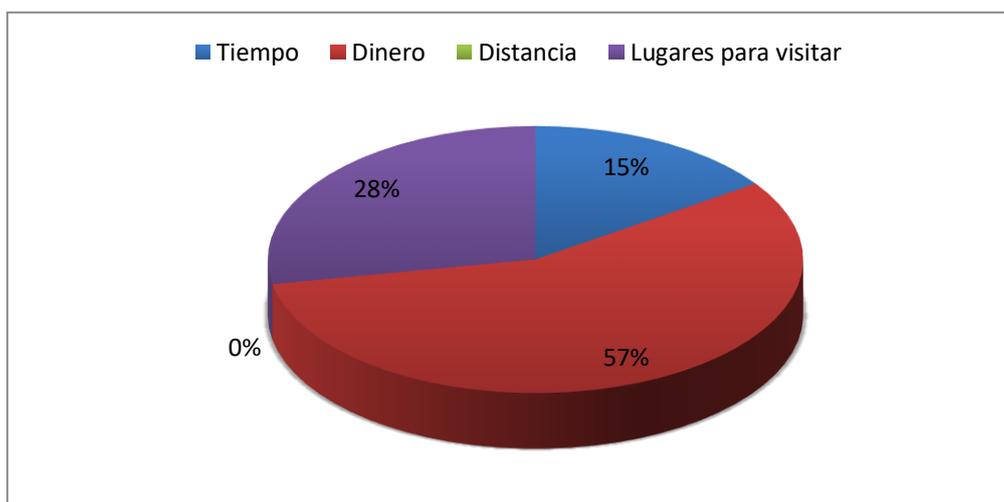
**Figura N°3 ¿Con que frecuencia viaja?**

**Interpretación:** Los resultados arrojan que la mitad de los encuestados viajan una vez al año, cierto porcentaje de la muestra viaja tres veces al año y menos de la cuarta parte realizan sus viajes una vez al mes, estos desplazamientos pueden estar influenciados por el tiempo, el dinero y el lugar a visitar.

**P4. ¿Qué aspectos considera un factor para viajar?**

**Tabla N°4. ¿Qué aspectos considera un factor para viajar?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo	22	15%
Dinero	81	57%
Distancia	0	0%
Lugares para visitar	40	28%
Total	143	100%



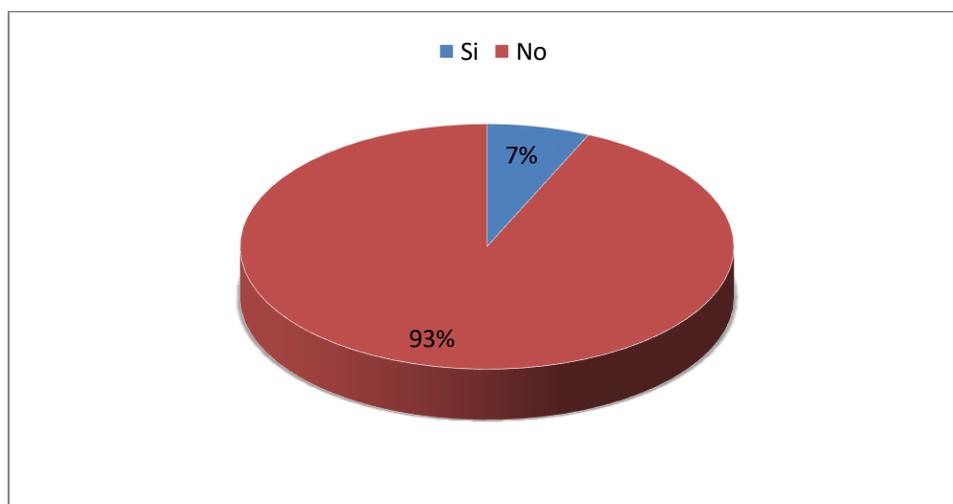
**Figura N°4. ¿Qué aspectos considera un factor para viajar?**

**Interpretación:** Los resultados arrojan que más de la mitad de los encuestados consideran que el dinero es un factor importante antes de viajar, pero también el tiempo influye en su decisión, ya sea por el trabajo o sus obligaciones cotidianas, lo que postergan los viajes; así también los lugares para visitar intervienen en su decisión, considerando el número de personas, la distancia y el capital destinado para realizar el viaje.

**P5. ¿Usted conoce una ruta turística?**

**Tabla N°5. ¿Usted conoce una ruta turística?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	7%
No	138	93%
Total	143	100%



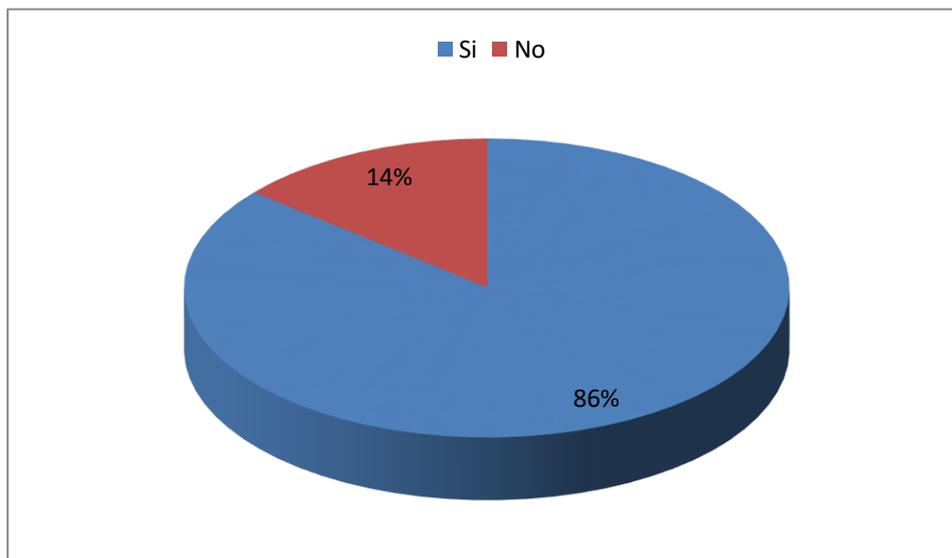
**Figura N°5. ¿Usted conoce una ruta turística?**

**Interpretación:** La tabulación refiere que en su mayoría los pobladores encuestados no conocen o identifican una ruta turística; ya que sus viajes lo realizan empíricamente por sugerencias de familiares, amigos o allegados.

**P6. ¿Conoce los atractivos turísticos de Guangopolo?**

**Tabla N°6. ¿Conoce los atractivos turísticos de Guangopolo?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	123	86%
No	20	14%
Total	143	100%



**Figura N°6. ¿Conoce los atractivos turísticos de Guangopolo?**

**Interpretación:** Más de la mitad de los encuestados manifestaron que si identifican los atractivos turísticos con lo que cuenta la parroquia Guangopolo.

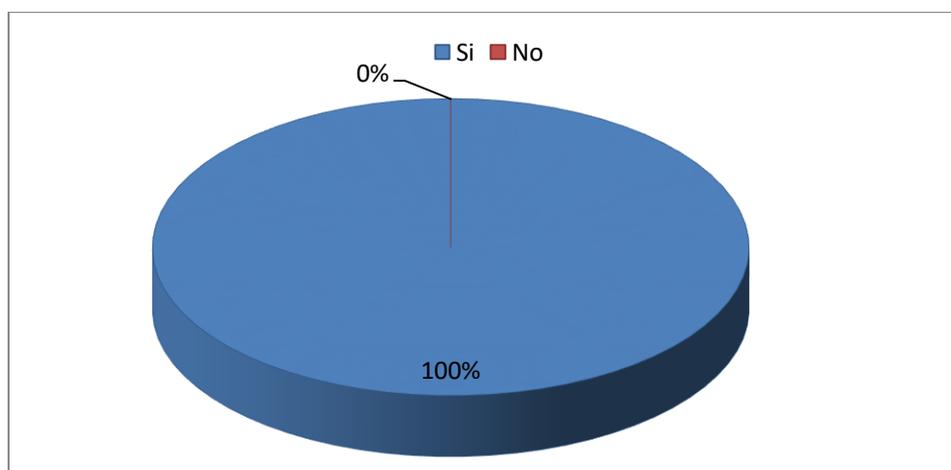
**P7. ¿Enumere los atractivos turísticos que conoce en la parroquia de Guangopolo?**

**Interpretación:** Los encuestados identificaron tres atractivos turísticos en Guangopolo, enumerando así al Volcán Ilaló, el Centro Artesanal el Cedacero y el Balneario Rumiloma. Un porcentaje que no corresponde ni a la cuarta parte, manifestaron que el Sendero de los Gallinazos también es un atractivo turístico.

**P8. ¿Considera que es necesaria la revalorización de los atractivos turísticos de Guangopolo?**

**Tabla N°7. ¿Considera que es necesaria la revalorización de los atractivos turísticos de Guangopolo?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	143	100%
No	0	0%
Total	143	100%



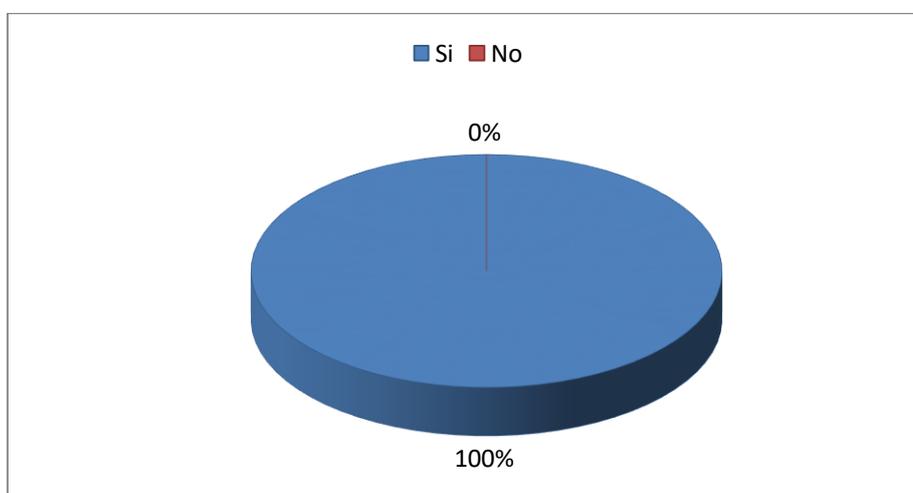
**Figura N°7. ¿Considera que es necesaria la revalorización de los atractivos turísticos de Guangopolo?**

**Interpretación:** Los encuestados en su totalidad, manifestaron que es importante la revalorización de los atractivos turísticos de la parroquia Guangopolo, de esta manera incrementar la visita de los turistas y generar nuevas plazas de trabajo para sus pobladores.

**P9. ¿Cree que el turismo es una alternativa para generar ingresos económicos en Guangopolo?**

**Tabla N°8. ¿Cree que el turismo es una alternativa para generar ingresos económicos en Guangopolo?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	143	100%
No	0	0%
Total	143	100%



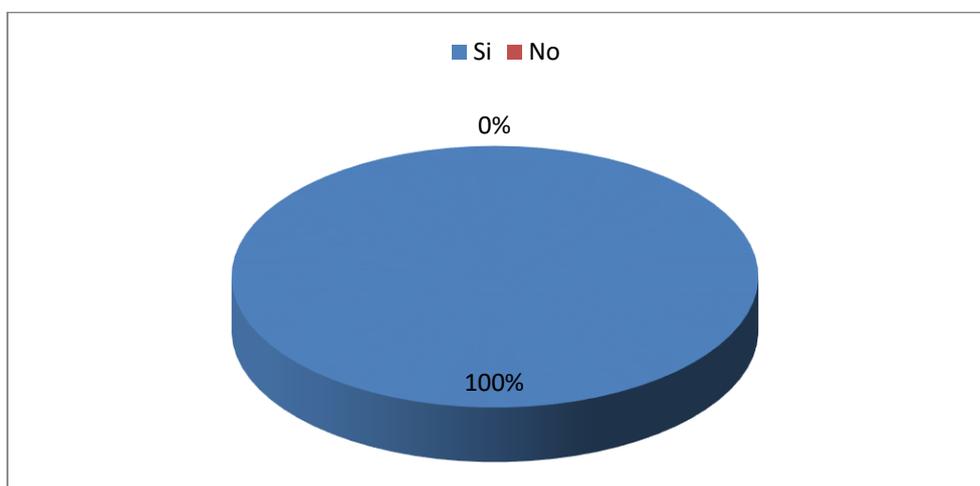
**Figura N°8. ¿Cree que el turismo es una alternativa para generar ingresos económicos en Guangopolo?**

**Interpretación:** La población encuestada considera que el turismo si es una alternativa para generar ingresos económicos en Guangopolo y mejorar su nivel socioeconómico.

**P10. ¿Opina que el diseño de una ruta turística en Guangopolo serviría para incrementar la visita de turistas?**

**Tabla N°9. ¿Opina que el diseño de una ruta turística en Guangopolo serviría para incrementar la visita de turistas?**

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	143	100%
No	0	0%
Total	143	100%



**Figura N°9. ¿Opina que el diseño de una ruta turística en Guangopolo serviría para incrementar la visita de turistas?**

**Interpretación:** La muestra nos refiere que es necesario el diseño de una ruta turística, de esta manera fortalecer la actividad turística de la población.

Las encuestas realizadas en la parroquia Guangopolo, arrojaron como resultado que el diseño de una ruta turística es factible ya que la parroquia no cuenta con un producto turístico de esta naturaleza, donde se establezca los atractivos y potencialidades; lo que justificó el trabajo y lo consecuente del tema estructurado sobre el mismo.

### III. DESARROLLO DEL PRODUCTO

Guangopolo, es una parroquia que se caracteriza por contar con atractivos turísticos, recursos naturales, culturales y costumbres ancestrales, que hacen de esta población un potencial para el desarrollo del turismo.

En la determinación del potencial turístico de la parroquia Guangopolo se aplicó la metodología planteada por Ejarque J. (2003), donde se considera investigar los siguientes puntos:

#### 3.1 Análisis del Territorio



**Figura N°10. Mapa Parroquia Guangopolo**

Fuente: (Distrito Metropolitano de Quito, 2014)

De la información proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Pichincha (2012), podemos determinar los siguientes datos:

#### Ubicación:

Guangopolo se localiza al este de la ciudad de Quito, en las faldas de cerro Ilaí considerado bosque protector.

**Fecha de fundación:** Guangopolo se fundó el 11 de Noviembre de 1953

**Límites:**

**Norte:** Parroquia de Cumbaya y Tumbaco

**Sur:** Las parroquias de Conocoto y Alangasi

**Este:** Las parroquias de Tumbaco y Alangasi

**Oeste:** El distrito metropolitano de Quito

**Latitud:** 0°15'54,66" Sur

**Longitud:** 78°25'16,58"

**Altitud:** 2400 msnm

**Superficie:** 28,95 km

**Temperatura:** Su temperatura promedio en el año es de 18°C

**Demografía:** La población de Guangopolo es de 3059 habitantes

**Extensión:** La parroquia de Guangopolo tiene una extensión de 1.000,296 hectáreas equivalentes a 10296 m<sup>2</sup>.

### **Gastronomía Típica**

La gastronomía tradicional, deleita paladares con los siguientes platos:

- ✓ Habas Calpo con queso o pescado y su ají molido en piedra (se lo prepara en semana santa).
- ✓ Maíz tostado en tiesto con dulce de zapallo
- ✓ Papas cocinadas con el pescado salado

Estos platos típicos se los sirve Semana Santa, cada 25 de Marzo. Además, la parroquia también se caracteriza por las parrilladas, atractivo gastronómico que lo podemos encontrar durante todo el año y que desplaza a diversos comensales, sobre todo los fines de semana.

### **Festividades**

#### **Fiestas del Cedazo**

En los meses de marzo y abril se celebra la "Fiesta del Cedazo" Jesús del Gran Poder, está es una fiesta donde se exhiben cedazos y demás artesanías (manillas, telares, correas, etc.) elaboradas a base de la crin de caballo, además de ello también se observan: gorras tejidas, sacos, cepillos para el cabello, carteras, etc., que son elaboradas por las mujeres artesanas. En el desfile de confraternidad tenemos

comparsas, carros alegóricos, concursos, artistas invitados y bandas, etc. Este acto es un evento de gran relevancia para Guangopolo ya que identifica el desarrollo de su principal producto que el cedazo (Gobierno Autónomo Descentralizado de Guangopolo, 2015).

### **Fiesta del señor de la Buena Esperanza**

Celebrada a finales del mes de junio, esta fiesta se caracteriza por contar con un sacerdote quien es el representante y el encargado de organizar las actividades que se realizarán durante el evento; en este encuentro la comida, la banda de pueblo y cantillos son elementos representativos de esta festividad.

### **Fiesta de parroquialización**

El 11 de noviembre de 1953, Guangopolo fue constituida legalmente como parroquia del cantón Quito, liberándose de la dependencia de otras parroquias, es por ello que en el mes de noviembre se celebra su parroquialización y su organización está a cargo del comité de fiesta y la Junta Parroquial.

### **Flora**

En la parroquia de Guangopolo se han identificado varias especies vegetales, tanto en los bosques, terrenos y sembríos.

#### **Flora silvestre**

Encontramos la uvilla, tupirosa, mora silvestre, picuyo, tipo, chinchin, moralilla.

#### **Arbustos**

La chilca, lechero, eucalipto, ciprés, pumamaquí, guarango, pacunga, guaba, capulí, aguacate,

#### **Plantas cultivadas**

La papa, maíz, arveja, trigo, cebada, habas, ocas, camote, yuca, zanahoria, nabo, remolacha, rábano.

### **Plantas medicinales**

La menta, manzanilla, el toronjil, la malva, el orégano, el berro, la ortiga, la menta, la verbena, yerba luisa, borraja.

### **Fauna**

En la parroquia de Guangopolo se identifican especies de animales como: mamíferos, aves, reptiles y anfibios.

### **Animales silvestres**

Conejos, lobos, churos, serpientes (coral y serpiente verde).

### **Avifauna**

Mirlo, golondrina, gallinazo, carpintero, loros, quilicos, pájaro la minga, guiracchuro, colibrí, gavián, quinde, tórtola, licuango, cardenal, perdices.

### **Animales domésticos**

Ganado vacuno, porcino, caballar, avícola.

### **Red vial**

En consideración a los datos del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pichincha (2012), se pudo determinar que Guangopolo cuenta con una arteria vial principal de ingreso y de salida la cual se encuentra en perfecto estado, con una capa asfáltica de 20 metros y su respectiva señalética vertical y horizontal en todo su trayecto.

Las vías secundarias que conforman la parroquia en un 40% son lastradas, el 40% se encuentran adoquinadas y el 20% asfaltadas. Mayoritariamente las vías internas que comunican los barrios de la parroquia se encuentran en buen estado.

## Red de transporte

El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pichincha (2012), manifiesta que en la parroquia operan:

- Cooperativa de Transporte Termasturis
- Cooperativa de Transporte de camionetas “Rumiloma Beach”

### 3.2 Análisis de la población

En consideración al último censo realizado por el INEC (2010), se determinó que Guangopolo cuenta con una población de 3059 habitantes, donde el 49,95% son hombres y el 50,05% son mujeres, este rango se estableció desde los 0 hasta los 91 años de edad.

**Tabla N°10. Población total**

Población total	Hombres	Mujeres
3.059	1528	1531

### 3.3 Estudio de mercado

#### 3.3.1 Análisis de la oferta

Cabarcos (2006), menciona que la oferta es la agrupación de bienes y servicios, donde se comercia un producto turístico a determinados precios. Se puede determinar dos tipos: la oferta básica.- son bienes y servicios netamente turísticos (transporte, alojamiento, agencias de viaje, etc.); oferta complementaria.- está conformada por bienes que no son netamente turísticos (comercio, ocio, deportes, etc.).

Guangopolo, cuenta con diferentes atractivos turísticos donde se identificó, al Volcán Ijaló, el Sendero de los Gallinazos, el Centro Artesanal el Cedacero, la Iglesia Santísima Trinidad, la elaboración del Chaguarmishqui, el Balneario Municipal de Rumiloma y su

gastronomía, que hacen de esta parroquia un potencial turístico y que además ofrecen a sus clientes (turistas-excursionistas), una propuesta diversificada de productos y servicios donde se pueden realizar distintas actividades como caminatas, excursiones, avistamiento de flora y fauna del lugar, disfrutar de su gastronomía y manifestaciones culturales.

### **3.3.2 Análisis de la demanda**

Precedente al análisis de la demanda de la parroquia Guangopolo, se consideró identificar en primera instancia el perfil del turista nacional y extranjero que visita el Distrito Metropolitano de Quito.

#### **3.3.2.1 Perfil del turista nacional**

El turista nacional, es el mercado interno del país.

Es por ello que se señala la publicación del Diario el Comercio, con fecha 30 de noviembre del 2015, donde se mencionan los siguientes datos de los turistas que visitan la ciudad capitalina:

- Este tipo de turista diseña su itinerario por cuenta propia.
- El Centro Histórico, los parques, la Mitad del Mundo y la vida nocturna de la Mariscal Sucre, atraen su desplazamiento.
- Los meses de más afluencia son julio y agosto, al igual la temporada de feriado, fiestas de Quito y fin de Año.
- Su desplazamiento tiene una duración de 3-4 días, y las ciudades de donde proceden son: Guayaquil, Porto Viejo, Santo Domingo, Manta, Cuenca e Ibarra.
- Su gasto promedio es de \$ 35, por día, en su mayoría no recurren a agencias de viajes y su pernoctación la realizan en casas de familiares o amigos, considerando sus principales motivaciones el paseo y la diversión.

#### **3.3.2.2 Perfil del turista extranjero**

Los turistas extranjeros, son considerados un mercado que se ven atraídos a visitar la ciudad de Quito, por su urbe colonial, que conjugan esencias donde sus iglesias, monumentos, leyendas y tradiciones llaman la atención para su visita.

En mención a la página de Quito Turismo, redactada por Oñate (2015), considera que el perfil del turista extranjero que visita la capital ecuatoriana se ve motivado por:

- En un 39% por el ocio, la recreación y las vacaciones, considerando también a un 37% la visita a familiares y amigos, un 12% por negocios y 7% por congresos y reuniones.
- Son viajeros que tienen un nivel de instrucción superior, se desplazan sin compañía, su gasto diario es de \$60, la estancia turística es de 9 días y su edad promedio entre 31 a 45 años de edad.
- Los lugares predilectos en su visita es la urbe colonial, el Centro histórico, la Mitad del Mundo y la Mariscal.
- Los meses de afluencia son: Enero, marzo, junio, julio, agosto y diciembre.

De los datos obtenidos del PIMTE (2014), refiere que su procedencia es de:

- Norteamérica: Estados Unidos y Canadá
- Europa: España, Italia, Francia, Reino Unido y Países Bajos
- Países vecinos: Colombia y Perú

Al haber identificado el perfil del turista que visita el Distrito Metropolitano de Quito, se procedió a realizar el estudio de la demanda en Guangopolo, obteniendo así datos de las visitas del período 2016, comprendido desde los meses de enero hasta junio, donde se registran a 1157 turistas, entre ellos 1115 nacionales y 42 extranjeros, estos datos fueron proporcionados por el Centro Artesanal el Cedacero, que manifestó la carencia de un registro de años anteriores.

A continuación se realiza una valoración de los datos obtenidos:

### 3.3.2.3 Valoración turistas nacionales

**Tabla N°11. Valoración turistas nacionales**

Mes	#Visitantes	Sexo		Ciudades Recurrentes	Edad	Actividad
		M	F			
<b>Enero de 2016</b>	243	146	97	Quito Latacunga Ibarra Guayaquil	20-60 años	Adquisición de artesanías Visita turística
<b>Febrero de 2016</b>	173	102	71	Quito Latacunga Ibarra Guayaquil	20-60 años	Adquisición de artesanías Visita turística
<b>Marzo de 2016</b>	315	135	180	Quito Latacunga Ibarra Guayaquil	20-60 años	Adquisición de artesanías Visita turística
<b>Abril de 2016</b>	145	90	55	Quito Latacunga Ibarra Guayaquil	20-60 años	Adquisición de artesanías Visita turística
<b>Mayo de 2016</b>	109	58	51	Quito Latacunga Ibarra Guayaquil	20-60 años	Adquisición de artesanías Visita turística
<b>Junio de 2016</b>	130	87	43	Quito Latacunga Ibarra Guayaquil	20-60 años	Adquisición de artesanías Visita turística

**Fuente:** Centro Artesanal el Cedacero

**Elaborado por:** La Autora

Se puede determinar que la mayor concurrencia de las visitas de turistas nacionales, son en los meses de enero, febrero y marzo; siendo sus principales actividades la compra de artesanías y visita turística (Centro Artesanal el Cedacero, parque Guangopolo, Volcán Ilaló); su procedencia es en un mayor porcentaje de la ciudad Quito y sus parroquias como Conocoto, la Armenia, Sangolquí, la Merced, Pifo, Tumbaco, la Mitad del Mundo, etc. Se estableció que su rango de edad va desde los 20 – 60 años, y disfrutaban de actividades en contacto con la naturaleza.

### 3.3.2.4 Valoración turistas extranjeros

**Tabla N°12. Valoración turistas extranjeros**

Mes	#Visitantes	Sexo		Ciudades Recurrentes	Edad	Actividad	
		M	F				
<b>Enero de 2016</b>	5	2	3	México Bolivia	20-60 años	Adquisición artesanías Visita turística	de
<b>Marzo de 2016</b>	5	2	3	E.E.U.U Canadá Italia Colombia	20-60 años	Adquisición artesanías Visita turística	de
<b>Mayo de 2016</b>	4	2	2	E.E.U.U Colombia	20-60 años	Adquisición artesanías Visita turística	de
<b>Junio de 2016</b>	28	10	18	E.E.U.U Canadá Italia	20-60 años	Adquisición artesanías.	de

**Fuente:** Centro Artesanal el Cedacero

**Elaborado por:** La Autora

Mediante la información proporcionada por el Centro Artesanal el Cedacero, se determinó que las visitas de turistas extranjeros, tienen mayor concurrencia en enero, marzo y junio; sus principales actividades son: la compra de artesanías y visita turística (Centro Artesanal el Cedacero, Iglesia Santísima Trinidad, Volcán Ilaló); su procedencia es de Estados Unidos, Canadá, México, Italia, Colombia y Bolivia y su rango de edad va desde los 20 – 60 años; este tipo de turistas disfrutaban del contacto con la naturaleza y realizar actividades como caminatas, excursiones.

### 3.3.3 Identificación de competidores

Guangopolo, a pesar de ser una parroquia con un alto potencial turístico se encuentra delimitada por varios competidores, que ofertan productos y servicios similares; donde tenemos al Balneario Cununyacú, Balneario el Tingo y la Moya, que ofrecen canchas deportivas, piscinas, espacios verdes y lugares de esparcimiento. Los competidores se identifican en el siguiente cuadro:

**Tabla N°13. Identificación de competidores**

NOMBRE	PROVINCIA	ATRACTIVO	PUBLICIDAD
<b>Balneario Cununyacu</b>	Pichincha-parroquia Cumbayá	Balneario Gastronomía Áreas verdes Canchas deportivas	Promoción a través de páginas web
<b>Balneario el Tingo</b>	Pichincha-Alangasí	Balneario Gastronomía Áreas verdes Canchas deportivas	Promoción a través de páginas web
<b>Balneario la Moya</b>	Pichincha-parroquia Conocoto y Capelo	Balneario Gastronomía Áreas verdes Canchas deportivas	Promoción a través de páginas web

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### **3.4 Identificación de la actividad turística**

La actividad turística es la acción que ejecutan los visitantes o turistas dentro de los atractivos identificados en una ruta.

#### **3.4.1 Análisis del atractivo**

La parroquia Guangopolo, se ha propuesto convertir al turismo en una actividad dinamizadora del desarrollo socioeconómico para la población, donde ostenta una oferta turística diversa, en la que podemos observar senderos, aguas termales, elaboración de artesanías y cerros de origen volcánico que fortalecen el desarrollo del ecoturismo, estas características permiten dar un empuje turístico-productivo a los pobladores Guangopunguenses.

Es por ello que se realizó el levantamiento de información de sus manifestaciones culturales y atractivos turísticos.

El levantamiento de información de los atractivos turísticos de la parroquia Guangopolo se realizó a través de las fichas técnicas del Ministerio de turismo (MINTUR), por lo que se presenta un resumen donde se identifica las principales características de los atractivos turísticos de la parroquia.

**Tabla N°14. Atractivos turísticos**

ATRACTIVO	LOCALIZACIÓN	CATEGORIA	ESTADO	ACTIVIDADES
<b>Volcán Ilaló</b>	Guangopolo - Volcán Ilaló	Sitio Natural	Alterado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas</li> <li>• Excursiones</li> <li>• Fotografía</li> <li>• Ciclismo</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> </ul>
<b>Sendero de los Gallinazos</b>	Jacinto Jijón S2 y la Guanga OE 2ª	Sitio Natural	Alterado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Fotografías</li> <li>• Caminatas</li> <li>• Excursiones</li> <li>• Ciclismo</li> </ul>
<b>Balneario Municipal Rumiloma</b>	La Chorrera S3-17 y 2 de Agosto o Intervalles	Sitio Natural	Conservado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natación</li> <li>• Senderos</li> <li>• Fotografías</li> </ul>
<b>Iglesia Santísima Trinidad</b>	Santísima Trinidad S1A y calle Quito N° 435	Manifestación Cultural	Conservado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso religioso</li> <li>• Observación de la estructura de la iglesia y pinturas</li> <li>• Fotografías</li> </ul>
<b>Centro Artesanal el Cedacero</b>	Calle Guayaquil N°51239 y Jacinto Carrión	Manifestación Cultural	No deteriorado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de artesanías</li> <li>• Fotografías</li> </ul>
<b>Elaboración del Chaguarmishqui</b>	Calle Guayaquil N°51239 y Jacinto Carrión	Manifestación Cultural	Alterado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de elaboración del Chaguarmishqui</li> <li>• Fotografías</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Caminatas</li> </ul>

**Fuente:** Ministerio del Turismo

**Elaborado por:** La Autora  
(Mirar Anexo 2)

### 3.4.2 Análisis Planta turística

La planta turística la constituyen las instalaciones y equipamiento del lugar, que satisfacen la demanda del turista durante su estancia, en Guangolopolo la planta turística está proveída por:

#### Alojamiento

El levantamiento de información en cuanto a la infraestructura hotelera (hotel, hostel, posada, etc.), constató que carece de este tipo de establecimientos; por ello solo se identificó a autohoteles o también conocidos moteles de los cuales tenemos:

**Tabla N°15. Alojamiento**

Nombre	Dirección	Capacidad	Servicio
<b>Motel Intervalles</b>	Sorialoma, vía Intervalles s/n, detrás del estadio principal	10 habitaciones	Alojamiento Parqueadero Baño privado
<b>Motel Osadía</b>	Vía Intervalles S/N	10 habitaciones	Alojamiento Parqueadero Baño privado

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### Alimentación

A continuación se describen los establecimientos donde se puede disfrutar la gastronomía de la parroquia Guangopolo:

**Tabla N°16. Alimentación**

Nombre	Dirección	Capacidad	Servicio
<b>Parrilladas de Juanito</b>	Sector Rumiloma, vía Intervalles S2-191	30 personas	Parrilladas Comida criolla Bebidas Heladería
<b>Parrilladas Al Paso</b>	Sector Rumiloma, Chorrera S3-246 y vía Intervalles	36 personas	Parrilladas Comida criolla Bebidas
<b>Parrilladas Golosito</b>	Sector Rumiloma, vía Intervalles S2-191	90 personas	Parrilladas Comida criolla Bebidas Heladería
<b>Paradero Los dos Juanes</b>	Sector Rumiloma, vía Intervalles	40 personas	Comida criolla Bebidas
<b>Asociación de vendedores Rumiloma.</b>	Balneario Rumiloma, Chorrera S3-17 y vía Intervalles (fondo)	100 personas	Parrilladas Comida criolla Bebidas
<b>Pollos Intervalles</b>	Rumiloma, vía Intervalles	20 personas	Pollo asado y broster Bebidas
<b>La Cevichería</b>	Acceso Balneario San Luis, Chorrera S3-17 y vía Intervalles (fondo)	20 personas	Mariscos Bebidas

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

## **Servicios básicos:**

### **Transporte**

La parroquia cuenta con una cooperativa “Termasturis” y la asociación de camionetas “Rumiloma Beach”.

### **Vialidad**

Está constituida por una red vial, que es la arteria principal tanto de ingreso como de salida que se encuentra con una capa asfáltica de 20cm y su respectiva señalización del lado izquierdo y derecho.

### **Información**

En el Centro Artesanal el Cedacero, que se localiza en la calle Guayaquil N°51239 y Jacinto Carrión, podemos encontrar información de la parroquia, material informativo como trípticos y venta de artesanías elaboradas por los artesanos de la localidad, su horario de atención es de lunes a domingo de 9:00 a 18:00.

### **Sistema de energía y conectividad**

La población cuenta con sistema de red eléctrica, las operadoras telefónicas con CNT, MOVISTAR Y CLARO.

El 77,80% de la población está dotada de agua potable, servicio que brinda la EMAPS.

El 70,30% de la población tiene un sistema de alcantarillado y el 29,70% aún no cuenta con este servicio, por lo que eliminan sus aguas hervidas mediante pozos sépticos.

### **Salud**

La parroquia cuenta con un sub-centro de salud

### **Seguridad**

Existe una UPC (Unidad de Policía Comunitaria)

### 3.4.3 Análisis FODA Y CPES

A continuación se establecerá el análisis CPES y FODA, de la parroquia de Guangopolo, permitirá realizar un diagnóstico de problemas existentes en la misma y sus posibles soluciones.

**Tabla N°17. Matriz (CPES) Causa, Problema, Efecto y Solución**

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
<b>Deficiencia de vías de acceso hacia los atractivos</b>	Dificultad de acceso hacia los atractivos.	Impide la movilización adecuada de los visitantes.	Tramitar con las autoridades oportunas el mantenimiento vial
<b>Carencia de señalización en los atractivos turísticos</b>	Falta de letreros interpretativos	Desinformación de las potencialidades turísticas	Diseñar la señalética apropiada para los atractivos turísticos
<b>Avance de la agricultura en los atractivos turísticos</b>	Pérdida de la flora nativa y migración de su fauna	Terrenos infértiles y poco llamativos para el turismo	Delimitación de las áreas de los atractivos, a través de la Municipalidad de Guangopolo.
<b>Desinterés por parte de las nuevas generaciones (jóvenes) en preservar las costumbres ancestrales.</b>	Desconocimiento de la importancia de preservar el patrimonio cultural y ancestral	Pérdida de las costumbres de la localidad	Incentivar a las nuevas generaciones a participar en talleres de rescate de identidad, de esta manera revalorizar las costumbres locales
<b>Falta de apoyo económico para el desarrollo de proyectos turísticos</b>	No se invierte en proyectos turísticos o la inversión es casi nula.	Desinterés por parte de las autoridades Gubernamentales	Desarrollar proyectos factibles, con bajo impacto ambiental y desarrollo económico que beneficie a la parroquia
<b>Desplazamiento de la población hacia otras ciudades</b>	Falta de empleo, pérdida de población joven	Migración de pobladores hacia otras ciudades	Crear fuentes de empleo, para mejorar su calidad de vida

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

El análisis de la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), nos permite diagnosticar los problemas existentes en los atractivos turísticos y su impacto en la actividad turística de la parroquia Guangopolo.

**Tabla N°18. Matriz FODA (Fortalezas- Oportunidades- Debilidades y Amenazas)**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ubicación estratégica de Guangopolo, ya que se encuentra cerca de la ciudad de Quito y potenciales demandas (Valle de Los Chillos, Cumbayá, etc.).	Deficiente desarrollo turístico (utilización de métodos empíricos).
Atractivos con potencial turístico	Planta turística deficiente (hoteles, restaurantes).
La parroquia cuenta con manifestaciones histórico culturales, como la elaboración del cedazo y Chaguarmishqui.	Poca participación de los pobladores de la parroquia en el desarrollo de la actividad turística.
La municipalidad de Guangopolo apoya el desarrollo del turismo	Poco seguimiento a los proyectos que se están desarrollando.
Artesanos tienen la predisposición para el fortalecimiento de sus conocimientos	Falta de capacitación a los artesanos e inventario de los atractivos turísticos
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Desarrollo de la planta turística	Erupción del volcán Cotopaxi
Mejoramiento de infraestructura turística y vías de acceso hacia la parroquia.	Turistas poco informados sobre los atractivos turísticos de la parroquia.
Capacitación a los artesanos, por parte de entidades públicas	Poco interés de los artesanos en acceder a la capacitación.
Colaboración de entidades públicas (MINTUR) para mejorar la actividad turística en la parroquia.	Falta del financiamiento para nuevos proyectos turísticos

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.5 Diseño del circuito de la ruta

#### 3.5.1 Objetivo de la ruta

El objetivo de la ruta es dar a conocer las manifestaciones culturales que se han preservado a través del tiempo, prueba de ello es la elaboración del cedazo y la obtención del Chaguarmishqui, potencialidades que conjuntamente con sus atractivos naturales hacen de Guangopolo, un lugar para el auge de la actividad turística.

La ruta pretende dinamizar la economía de sus pobladores y la concientización en la utilización de los recursos, que permita preservar los mismos para futuras generaciones.

La ruta “Dulce encanto del cedazo”, se operará en la provincia de Pichincha cantón Quito parroquia de Guangopolo.

### Datos

**Nombre:** Ruta “Dulce encanto del cedazo”

**Modalidad:** Ecoturismo

**Estilo:** Trekking

**Duración:** 1 día

**Dificultad:** Intermedia

**Temperatura:** 17-18°C

### Mapa



**Figura N°11. Ruta dulce encanto de Cedazo**

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** La Autora

### 3.5.2 Itinerario de la ruta

Tabla N°19. Itinerario de la ruta

Hora	Lugar	Tiempo	Actividades	Tipo de Turismo
Día 1				
<b>8:00 a 8:30</b>	Parque Central ""	30 minutos	Recibimiento de los turistas, altura, clima, datos del parque, la iglesia, y de la parroquia, recomendaciones.	Ecoturismo
<b>8:40 a 13:00</b>	Volcán Ijaló	4 horas	Acenso hacia el volcán Ijaló- caminata, avistamiento de flora y fauna, explicación de la extracción del Chaguarmishqui.	Ecoturismo Turismo Cultural
<b>13:20 a 14:15</b>	Almuerzo "Parrilladas al Paso"	45 minutos	Almuerzo	-
<b>14:20 a 15:25</b>	Balneario Rumiloma	60 minutos	Recreación (canchas deportivas, chozones para descanso, gastronomía)	Turismo de Salud
<b>15:30 a 16:30</b>	Centro artesanal el cedacero	45 minutos	Compra de artesanías, elaboración de Cedazo en crin de caballo	Turismo Cultural
Alternativo				
<b>15:30 a 16:30</b>	Visita al sendero de los gallinazos	30 minutos	Caminata por el sendero de los gallinazos, reconocimiento de especies de plantas y avistamientos de aves propias de la localidad.	Ecoturismo
<b>17:00</b>	Retorno			

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

### 3.5.3 Descripción de la ruta

**Tabla N°20. Descripción de la ruta**

<b>“Ruta dulce encanto del cedazo”</b>			
<p>El recorrido de la ruta se realizará desde la mañana, para así disfrutar del paisaje y de las actividades programadas.</p> <p>Después de dar la bienvenida al grupo de turistas se procederá a explicar datos de la parroquia (población, actividades comerciales, altura, temperatura), para iniciar con la guianza que tienen inicio en el parque central “Guangopolo”, se especificarán los datos de la iglesia y del parque con sus leyendas; continuaremos el recorrido con el acenso al volcán Ilaló al cual se podrá acceder en un carro 4x4, el tiempo estimado es de 30 minutos hasta Singa Ilaló(nariz del Ilaló) o también se puede realizar una caminata de una hora con 50 minutos aproximadamente (dependerá del paso de los turistas) hasta este lugar; en este punto se observará la flora y fauna del lugar, para continuar con el acenso hasta la cumbre del Ilaló (40 minutos), donde podrán observar una cruz de hierro; se dice que fue colocada como pararrayos y también para renombrar la fe cristiana, además en este punto se realizará una charla sobre la extracción del Chaguarmishqui, avistamiento de flora y fauna.</p> <p>Al descender del volcán Ilaló que nos llevará una hora con 45 minutos; degustaremos del almuerzo, para por la tarde relajarnos en el Balneario Municipal Rumiloma, después de este descanso se dirigirán al Centro Artesanal el Cedacero, donde podrán realizar compras de artesanías e incluso se observará la elaboración del cedazo.</p> <p><b>Alternativa:</b> Caminata de 50 minutos por el sendero de los Gallinazos.</p>			
<b>Requerimientos</b>	Bloqueador solar, gafas, ropa abrigada, zapatos para trekking, gorra, guantes, hidratación, informar al guía sobre cualquier requerimiento médico o enfermedad.		
<b>Prohibiciones</b>	Bebidas alcohólicas, armas.		
<b>Incluye</b>	• Lunch	<b>No incluye</b>	• Desayuno
	• Transporte hacia el volcán Ilaló		• Entrada al Balneario Rumiloma
	• Guianza		
	• Balneario Rumiloma		
<b>Facilidades turísticas</b>	Transporte “Cooperativa de camionetas de Guangopolo”		
	Almuerzo “Parrilladas al paso”		
	El lunch será preparado por personas de la parroquia		
	El guía, será una persona nativa de la parroquia		
<b>Observaciones</b>	El recorrido de la ruta turística “Dulce encanto del cedazo”, tendrá su inició por la mañana hasta culminar con el recorrido en la tarde del mismo día.		

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

(Mirara Anexo 3)

### **3.6 Estrategias para la comercialización y difusión de la ruta**

La ruta que se plantea, va enfocada en un tipo de cliente práctico (excursionista), ya que le gusta estar en contacto con la naturaleza, además busca conocer la cultura, costumbres y formas del destino, su edad está comprendida entre los 22-45 años de edad.

#### **3.6.1 Estrategias del Marketing MIX**

Las estrategias de comercialización y difusión de la ruta turística, se determinó en base al estudio de mercado realizado, para lo cual se plantean las siguientes estrategias en base al Marketing MIX o 4 P's (producto, precio, plaza y promoción).

##### **3.6.1.1 Producto**

El producto es el bien o servicio que se ofrece o vende a los consumidores.

La ruta turística "Dulce encanto del cedazo", pretende revalorizar el potencial turístico de la parroquia Guangopolo a través de sus atractivos naturales, culturales y gastronómicos, estableciendo así un paquete donde se promueve el ecoturismo con actividades como: caminatas, avistamiento de flora y fauna del sector, conocimiento de patrimonio cultural y ancestral de la parroquia y deleite de su gastronomía.

A continuación se plantea la siguiente propuesta en cuanto al producto:

#### **Estrategias**

- Diseñar una guía turística, donde se identifiquen los principales atractivos.

Características del diseño de la guía

**Tamaño:** A5 (21cm x 14.8 cm)

**Tipo de papel:** Couche de 200 gr

**Colores:** Los colores de la guía se determinaron de acuerdo al atractivo.

**Números de Páginas:** 15

Los atractivos serán los siguientes: Volcán Ilaló, Obtención del Chaguarmishqui, Centro Artesanal el Cedacero, Iglesia Santísima Trinidad, Sendero de los Gallinazos, Balneario Rumiloma.

- Diseño de un slogan y logo que identifique la ruta

**Slogan:** "Ruta dulce encanto del cedazo"

Características del nombre:

**Dulce:** Identificación de la bebida Chaguarmishqui.

**Cedazo:** Se incorporó la imagen de cedazo, por ser el icono identificativo de la parroquia.

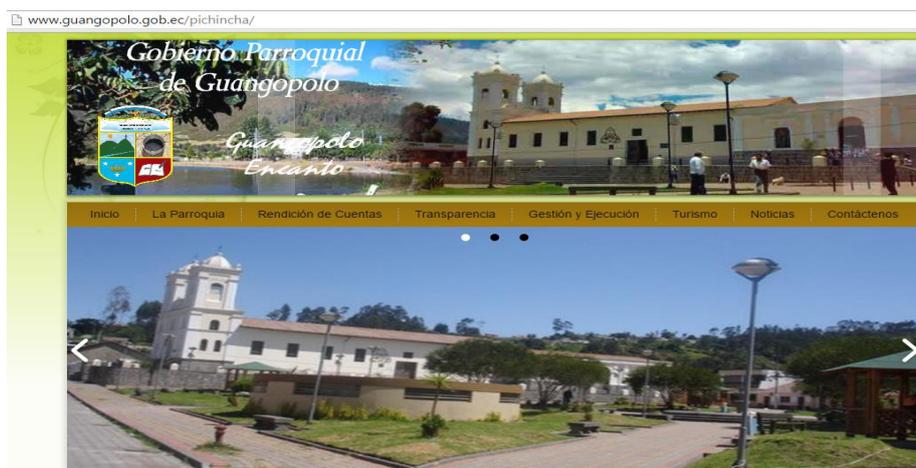


**Figura N°12. Dulce Encanto del Cedazo logo**

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

- Promoción mediante la página web de la parroquia



**Figura N°13. Dulce Encanto del Cedazo logo**

Fuente: (Gobierno Parroquial de Guangopolo, 2015)

- Propuesta de alianzas con productos turísticos comunitarios aledaños

La parroquia Guangopolo se encuentra ubicada en medio de las parroquias de la Toglla y Cununyacú, donde se puede aprovechar la infraestructura de su planta turística, para desarrollar un producto turístico que integre los atractivos de estas 3 parroquias, fortaleciendo y diversificando la oferta y presentando un producto nueva y atractivo para la demanda potencial.

### **3.6.1.2 Precio**

El precio es el valor monetario que se asigna al producto al momento de ofrecer a los consumidores.

El turismo es una actividad económica variable, es por ello necesario utilizar una matriz de costos donde su variabilidad no fluctúe constantemente de esta manera conservar un nicho de mercado estable y a largo plazo.

#### **Estrategias**

- Reducir los precios por debajo de los de la competencia.
- Para establecer un nicho de mercado en la apertura del producto se pueden realizar incentivos como: gratuidades, ofertas especiales en temporadas bajas y feriado.
- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos

### **3.6.1.3 Promoción**

La promoción es informar, comunicar o dar a conocer la existencia de un producto a los consumidores a través de estrategias de mercado, para motivar o inducir a su compra o adquisición.

#### **Estrategias**

- Distribuir la guía de la ruta turística en el Centro Artesanal el Cedacero.
- Complementar la página web de la municipalidad con la información de los atractivos turísticos existentes.
- Promoción a través de redes sociales como Facebook (Municipalidad de Guangopolo).

- Realizar cuñas publicitarias en radios sobre las fiestas de la parroquia, como Jesús del Gran Poder.

#### **3.6.1.4 Plaza**

La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta donde se ofertará el producto a los consumidores.

#### **Estrategias**

- La plaza donde se encontrará el producto es el Centro Artesanal el Cedacero, ya que es el foco de concentración de los turistas, y donde pueden adquirir información.
- El diseño digital de la guía turística se podrá difundir mediante redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)
- Las ferias comunitarias y festividades de la parroquia

#### **3.6.1.5 Branding y posicionamiento**

La ruta turística, deberá ser posicionada de una manera estratégica, para ser diferenciada ante la competencia así cliente pueda identificar el producto y relacionarlo con la parroquia.

**Tabla N°21. Canales de distribución**

Canal	Entidad	Estrategia	Target	Impresiones	Tiempo de Promoción
D I R E C T O	Venta directa del producto en el Centro Artesanal el Cedacero	Facilitar material promocional para el reconocimiento de la ruta	Turistas nacionales y extranjeros	100 unidades	1mer mes de prueba
	Promoción mediante entidades gubernamentales como el GAD del cantón Quito, a través de sus ferias comunitarias.	Participar en eventos relacionados al turismo comunitario.	Población aledaña como Quito.	50 unidades	1mer mes de prueba
I N D I R E C T O	Formar alianzas con operadoras turísticas o entidades gubernamentales (GAD Pichincha)	Presentar el diseño de la ruta o Entrega del material publicitario	Turistas nacionales	50 unidades	1mer mes de prueba

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.7 Planteamiento de mejoras en los atractivos y planta turística

#### 3.7.1 Ruta

- Señalización interpretativa y direccional en los senderos turísticos
- Rotulación e identificación de los atractivos

#### Propuesta de señalización en la ruta

##### Señalética

La palabra señalética se define como la comunicación visual donde interactúan la orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos (Costa, 1987).

En base al Manual de Señalización Turística del Ministerio de Turismo (2011), se identificó el tipo de señalética que se podría adoptar en los atractivos turísticos, con el fin de brindar al turista una mejor orientación e información en el lugar visitado.

## Pictogramas

Un pictograma es una manera de representar la forma básica de un objeto.

En este caso se requerirán los siguientes pictogramas informativos, los mismos que se encontrarán localizados en el Sendero de los Gallinazos, Volcán Ilaló, el Balneario Rumiloma y el Centro Artesanal el Cedacero.

### Pictograma atractivos naturales



Observación de aves Observación de flora Termas

**Figura N°12. Pictograma de atractivos naturales**

**Fuente:** Manual de Señalización Turística  
**Elaborado por:** Ministerio de Turismo

### Pictogramas atractivos culturales



Artesanías Andes

**Figura N°13. Pictograma de atractivos culturales**

**Fuente:** Manual de Señalización Turística  
**Elaborado por:** Ministerio de Turismo

Pictogramas de actividades turísticas



Excursiones

Senderismo

**Figura N°14. Pictogramas de actividades turísticas**

**Fuente:** Manual de Señalización Turística

**Elaborado por:** Ministerio de Turismo

Pictogramas de restricción

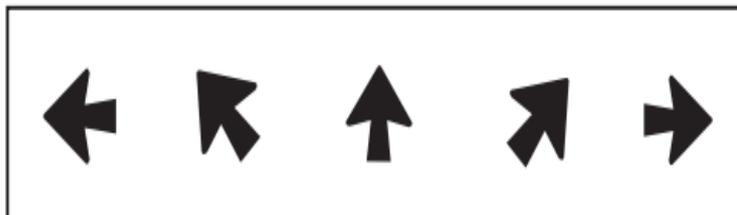


**Figura N°15. Pictogramas de restricción**

**Fuente:** Manual de Señalización Turística

**Elaborado por:** Ministerio de Turismo

Uso de flechas aplicado en señales turísticas



**Figura N°16. Flechas de señales turísticas**

**Fuente:** Manual de Señalización Turística

**Elaborado por:** Ministerio de Turismo

- Direccional en la Casa Comunal, la adecuación de una área de alojamiento para la pernoctación de turistas (está pernoctación no es común y los grupos de visitantes suelen concurrir entre 3-4 personas).

### 3.7.2 Establecimientos de comida

- Manipulación de los alimentos con las normas de higiene adecuada
- Adecuado mantenimiento y limpieza de las instalaciones

### 3.7.3 Manejo de las áreas de vida silvestre

- Delimitar el área de reserva de los atractivos turísticos
- En épocas de verano realizar un control continuo, para evitar incendios forestales, que destruyan el hábitat natural de la flora y fauna.
- Elaborar un manual de procesos de manejo y conservación, tanto para los pobladores que intervienen en la actividad turística y sus visitantes, de esta manera se genere un desarrollo económico a la par entre los involucrados, se preserve y valore el uso de los recursos (atractivos naturales-culturales, agua, luz, etc.) utilizados en el desarrollo de la actividad turística.

## 3.8 COSTOS

### 3.8.1 Precio del paquete

Tabla N°22 .Precio individual

ORDEN	DETALLE	PRECIO / DIA	# DE DIAS	TOTAL
		DOLARES		DOLARES
	Almuerzo "Parrilladas el Golosito"	5,00	1	5
Día 1	Refrigerio (sanduche y bebida)	1,25	1	1,25
	Guía local	10,00	1	10
	Alquiler de camioneta	10,00	1	10
<b>TOTAL</b>				<b>26,25</b>
<b>5%</b>				<b>1,31</b>
<b>14%</b>				<b>3,68</b>
<b>Precio total por PAX</b>				<b>31,24</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: La Autora

**Tabla N°23. Precio del paquete incluido el transporte hacia el Volcán Ilaló**

ORDEN	DETALLE	PRECIO / DÍA	# DE DÍAS	# DE PAX	TOTAL
Día 1	Almuerzo "Parrilladas el Golosito"	5.00	1	5	25
	Refrigerio (sanduche y bebida)	1.25	1	5	6,25
	Guía local	10.00	1		10
	Alquiler de camioneta	2.00	1	5	10
<b>TOTAL</b>					<b>51,25</b>
<b>5%</b>					<b>2,56</b>
<b>14%</b>					<b>7,18</b>
					<b>60,99</b>
<b>Precio total</b>					<b>\$ 12.19</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla N°24. Precio del paquete sin transporte**

ORDEN	DETALLE	PRECIO / DIA	# DE DIAS	# DE PAX	TOTAL
Día 1	Almuerzo "Parrilladas el Golosito"	5,00	1	5	25
	Refrigerio (sanduche y bebida)	1,25	1	5	6,25
	Guía local	10,00	1		10
<b>TOTAL</b>					<b>41,25</b>
<b>5%</b>					<b>2,06</b>
<b>14%</b>					<b>5,78</b>
					<b>43,31</b>
<b>Precio total</b>					<b>\$ 8.66</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** La Autora

### 3.8.2 Presupuesto Marketing MIX

Tabla N°25. Presupuesto Marketing MIX

Descripción	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Costo Total
Slogan publicitario	Unidad	1	15	5
Diseño del Mapa Turístico	Unidad	1	20	5
Diseño de la Guía Turística	Unidad	1	30	40
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 50</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### 3.8.3 Presupuesto señalética

Tabla N°26. Presupuesto señalética

Descripción	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Costo Total
Pictogramas atractivos naturales	Unidad	5	30	150
Pictogramas atractivos culturales	Unidad	1	30	30
Pictogramas atractivos turísticos	Unidad	2	30	60
Fechas de señalización	Unidad	8	30	240
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 480</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

### 3.8.4 Costo de implementación

Tabla N°27. Costo de implementación

Detalle	Cantidad	Valor
Diseño del slogan, mapa turístico y guía turística	1	50
Señalética Turística	16	480
Publicidad y promoción: Impresión de las guías de la ruta	200	550
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.080</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Se adjunta al presente trabajo la Guía Turística elaborada, como producto final de la investigación realizada.

#### **IV. CONCLUSIONES**

- La investigación realizada en la parroquia Guangopolo, permitió analizar los orígenes del turismo e identificar sus distintas etapas en el tiempo, lo que permitió efectuar una valoración de los datos, concepciones y costumbres que son el sustento de este trabajo.
- El planteamiento del diseño de una Ruta Turística, permitió realizar la identificación y levantamiento de información de sus atractivos culturales, naturales y manifestaciones transmitidas a través del tiempo, y posteriormente se desarrolló la Ruta Turística, cuyo nombre es el “El dulce encanto del Cedazo”.
- El potencial turístico de la parroquia Guangopolo, mejorará el estatus socioeconómico de sus habitantes y consolidará las costumbres ancestrales que con el paso del tiempo poco a poco van desapareciendo.

## **V. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda entregar la Ruta Turística diseñada en el presente trabajo, a las autoridades parroquiales (Gobierno Autónomo Descentralizado), para dar impulso a la actividad turística de la parroquia, de esta manera el turista pueda conocer directamente las costumbres, cultura, forma de vida, expresiones culturales, de Guangopolo y generar nuevas fuentes de trabajo y su desarrollo socioeconómico.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. . México: Trillas.
- Cebrián, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Madrid: La Mancha.
- CerENZA, M. (1991). *Administración del Turismo: Conceptualización y Organización*. México: Pearson.
- Cioce, C. (2004). *El Turismo como Fenómeno Histórico*. Obtenido de <http://server1.docfoc.com/uploads/Z2015/12/31/YCyzAXSU5y/c52be1e12764779456ce7d71e3f6bbf0.pdf>
- Clave, A., & Gonzáles, F. (2011). *Planificación Territorial del turismo*. Sevilla: UOC.
- Distrito Metropolitano de Quito. (17 de Marzo de 2014). *Mapa Parroquia Guangopolo*. Obtenido de Wikipedia Commons: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa\\_Parroquia\\_Guangopolo\\_\(Quito\).svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_Parroquia_Guangopolo_(Quito).svg)
- Fernández, L. (1989). *Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo*. . Madrid: Paidós.
- Flores, M. (2000). *Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo*. Caracas: Trillas.
- Gobierno Parroquial de Guangopolo. (2015). *Información*. Obtenido de <http://www.guangopolo.gob.ec/pichincha/>
- Korstanje, M. (2008). *Historia del Turismo*. Obtenido de [http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308\\_15.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_15.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador "PIMTE 2014"*. Quito: se.
- Ministerio de Turismo. (2011). *Manual de Señalización Turística*. Quito: se.
- Noguéz, S. (2004). *El futuro de los espacios rurales*. Paris: Omega.
- Pazos, R. (1996). *Conceptos Básicos de Turismo*. Lima: Omega.
- Pérez, R., & Carillo, B. (2000). *Desarrollo Local: Manual de Uso*. . Madrid: ESIC.
- Quesada, R. (2006). *Elementos del Turismo*. Bogotá: EUNED.
- Rodríguez, R. (Diciembre de 2011). *Destinos Turísticos: Realidad y Conceptos*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rf.pdf>
- Tobar, L. (2011). *Guangopolo: Capital Mundial del Cedazo*. Cuenca: Jurídica del Ecuador.
- Universidad Central del Ecuador. (2008). *Fundamentos del turismo*. Quito.
- Yuvi, C. (2008). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora de Ecoturismo en la ciudad de Otavalo (Tesis de Pregrado)*. Escuela Politécnica Nacional: Quito.

**ANEXOS**

## Anexo 1

### Encuesta

#### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

#### CARRERA: ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

#### CUESTIONARIO A SER LLENADO POR: MORADORES DE LA POBLACIÓN DE GUANGOPOLO

La presente encuesta tiene la intención de recabar información del interés de los pobladores de Guango polo en cuanto al diseño de una ruta turística.

Lea detenidamente el enunciado de cada pregunta y marque con una X la respuesta que considere correcta.

SEXO	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>				
EDAD	18-25	<input type="checkbox"/>	25-35	<input type="checkbox"/>	35-45	<input type="checkbox"/>	46...	<input type="checkbox"/>
NIVEL DE EDUCACIÓN	Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>		

### PREGUNTAS

**P1. ¿Cómo se informa sobre los lugares turísticos del país?**

Agencias de viaje	<input type="checkbox"/>	Familiares	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

**P2. ¿Con quién suele viajar al visitar un lugar turístico?**

Familia	<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>	Ambos	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	--------	--------------------------	-------	--------------------------

**P3. ¿Con que frecuencia viaja?**

Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	Tres veces al año	<input type="checkbox"/>	Menos de 1 vez al año	<input type="checkbox"/>
----------------	--------------------------	-------------------	--------------------------	-----------------------	--------------------------

**P4. ¿Qué aspecto considera un factor para viajar?**

Tiempo  Dinero  Distancia  Lugares para visitar

**P5. ¿Usted conoce una ruta turística en Pichincha?**

Si  No

**P6. ¿Conoce los atractivos turísticos de Guangopolo?**

Si  No

**P7. ¿Enumere los atractivos turísticos que conoce en la parroquia de Guangopolo?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**P8. ¿Considera que es necesaria la revalorización de los atractivos turísticos de Guangopolo?**

Si  No

**P9. ¿Cree que el turismo es una alternativa para generar ingresos económicos en Guangopolo?**

Si  No

**P10. ¿Opina que el diseño de una ruta turística en Guangopolo serviría para incrementar la visita de turistas?**

Si  No

## **Anexo 2**

### **Atractivos turísticos**

Se realizó el levantamiento de la información de los atractivos turísticos de la parroquia Guangopolo, donde se identificó las principales características del atractivo.

### **Cráter Volcán Ilaló**



### **Valor intrínseco**

El volcán Ilaló es un atractivo turístico que se encuentra localizado a 8 km de la ciudad de Quito, entre los valles de Tumbaco al norte y el valle de los Chillos al sur, se precipita a una altura de 3169 msnm, de la cordillera oriental de los andes. La temperatura anual es de 10 °C, conformado por lomas sucesivas que desembocan en quebradas hasta terminar en el río Chiche. Podemos encontrar una variada fauna de aves como colibrís, gallinazos, pájaros la minga, golondrinas, quilícos, guirachuros, carpinteros, conejos, mariposas, saltamontes, churos, lobos, etc. También encontramos una diversidad de plantas como chilca, pumamaqui, eucalipto, ciprés, guarango, picuyo, tupirosa, etc.

### **Valor extrínseco**

El Ilaló es un atractivo donde se realizan caminatas por los excursionistas que disfrutan del contacto con la naturaleza, en la cumbre podemos encontrar una cruz y disfrutar de la vista panorámica del valle de los Chillos y Cumbayá, actualmente se encuentra en desarrollo el proyecto para mejorar el acceso hacia las faldas, ya que al momento solo podemos ascender a través de un sendero de tierra.

## DATOS GENERALES

### UBICACIÓN

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Localidad: Guangopolo

Categoría: Sitio natural

Tipo: Montaña

Subtipo: Volcán

### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Altura: 3169 msnm

Temperatura: 10°C

Latitud: 0°13'45"

Longitud: 78°05'53"O

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Alterado: Si

Vías de acceso: Sendero de tierra

Actividades a realizar:

- Caminatas
- Excursiones
- Fotografía
- Ciclismo
- Observación de flora y fauna

Servicios:

Facilidades turísticas: En las faldas del volcán Ilaló podemos encontrar tiendas y restaurantes.

Origen del turista: Local, Nacional y Extranjero

### Sendero de los Gallinazos



### **Valor intrínseco**

El sendero de los Gallinazos es un atractivo que se localiza en las calles Cuenca y Jacinto Jijón, ingresamos por un sendero donde observaremos plantas propias del lugar como, pumamaqui, pumin, capulí, etc; aves como mirlos, golondrinas, pájaros carpinteros y principalmente los gallinazos, ya que al seguir descendiendo llegaremos hasta una mina de piedra abandonada donde estas aves anidan y se pueden observar gran cantidad de ellos sobrevolando, el sendero continua hasta llegar al rio San Pedro donde encontramos dos pequeñas cascadas e incluso un túnel antiguo apto para realizar ciclismo.

### **Valor extrínseco**

El sendero se puede realizar actividades como caminatas, ciclismo toma de fotografías de flora y fauna.

## **DATOS GENERALES**

### **UBICACIÓN**

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Localidad: Guangopolo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Valle

Subtipo:

### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

Altura: 2400 msnm

Temperatura: 18°C

Latitud: -0,25

Longitud: 78°25'16,58"

### **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

Alterado: Si

Vías de acceso: Sendero

Actividades a realizar:

- Observación de flora y fauna
- Fotografías
- Caminatas
- Excursiones
- Ciclismo

Servicios:

Facilidades turísticas:

Origen del turista: Local, Nacional y Extranjero

## **Iglesia Santísima Trinidad**



### **Valor intrínseco**

La iglesia Católica de la parroquia Guangopolo tiene su relevancia histórica desde tiempos coloniales, siendo los párrocos Siñailin y Donoso los encargados de su administración, su construcción terminó en año de 1045, realizando mejoras en su infraestructura en el año 1969 y su última intervención para conservar su estilo se realizó en el 2006. Se localiza en el parque central de Guangopolo en las calles Santísima Trinidad S1A y calle Quito N° 435. Su arquitectura es colonial no cuenta con un altar mayor en sustitución podemos observar una mesa central donde se coloca el cáliz, misal y floreros que la adornan, también se asientan las estatuas de San Pedro y Jesús del Gran Poder, al igual que unas pinturas elaboradas Pablo Legña.

### **Valor extrínseco**

La Iglesia Santísima Trinidad es considerada el núcleo de la parroquia Guangopolo, de carácter colonial que conjuga con las casas aledañas, también podemos encontrar la casa comunal y el parque central de la parroquia donde se concentran las fiestas principales de parroquialización y en honor a Jesús del Gran Poder.

## DATOS GENERALES

### UBICACIÓN

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Localidad: Guangopolo

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Arquitectura: Religiosa

### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Altura: 2400 msnm

Temperatura: 18°C

Latitud: -0,25

Longitud: 78°25'16,58"

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Alterado: No

Vías de acceso: Asfaltada

Actividades a realizar:

- Uso religioso
- Observación de la estructura de la iglesia y pinturas
- Fotografías

Servicios:

Facilidades turísticas: Restaurants

Origen del turista: Local, Nacional y Extranjero

## Centro Artesanal el Cedacero



## Valor intrínseco

El Centro Artesanal el Cedacero, es una obra elaborada por el Instituto Metropolitano de Patrimonio (IMP) conjuntamente con la Administración Zonal “Los Chillos”, su fecha de inauguración fue el 10 de Marzo del 2012, con el fin de realizar exposiciones de las artesanías y facilitan talleres a los artesanos de la localidad.

## Valor extrínseco

Guangopolo considerada como la “Capital Mundial del Cedazo”, por preservar la tradicional elaboración del cedazo tejido con crin de caballo considerada como una de 7 artesanías de tradición familiar del Ecuador. Entre las artesanías podemos concentrar: manualidades (pulseras, collares, carteras) y principalmente el cedazo.

## DATOS GENERALES

### UBICACIÓN

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Localidad: Guangopolo

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Etnografía

Subtipo: Artesanía

### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Altura: 2400 msnm

Temperatura: 18°C

Latitud: -0,25

Longitud: 78°25'16,58”

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Alterado: No

Vías de acceso: Asfalto

Actividades a realizar:

- Compra de artesanías
- Fotografías

Servicios:

- Servicios higiénicos
- Estacionamiento
- Señalización interna y externa

Facilidades turísticas:

- Restaurants
- Transporte público

Origen del turista: Local, Nacional y Extranjero

## Elaboración del Chaguarmishqui



### Valor intrínseco

El Chaguarmishqui cuyo significado proviene del vocablo quechua que quiere decir Chaguar =penco o extraer y Mishki=dulce, es decir dulce de penco, este líquido ha estado ligado a culturas andinas desde hace miles de años cuya tradición ancestral se ha transmitido de generación en generación en la población Guangupunguense; para la elaboración de esta bebida sus recolectores acuden hasta las faldas del Illaló, donde se cosechan al penco y se extrae la sabia de esta planta. El proceso de extracción se realiza previa elección de la planta para la cosecha el chaguarquero pide perdón y permiso a la misma para extraer su sabia. El penco debe tener entre 14-15 años de maduración, a partir de 3-4 hoja se realiza el corte considerando la inclinación de la planta. El corte se llama Ñawi (guía o brote) donde se va oyando hasta el corazón del penco, después dejar con agua durante 3 días, después de este período retirarla para dejar brotar el Chaguarmishqui, continuar con la extracción del mismo mediante un raspado que se puede realizar en la mañana o por la tarde, la extracción de esta bebida puede durar entre 1-2 meses en consideración a la maduración del penco, donde se puede obtener de 100 a 300 litros de Chaguarmishqui; al finalizar con su extracción la planta cumple con su ciclo de vida para después morir.

### Valor intrínseco

El Chaguarmishqui es una bebida ancestral, que proviene de extracción de la sabia penco, tiene alto valor nutritivo ya que es rico en hierro, calcio, magnesio, fructuosa y vitamina E. El penco o agave tiene muchos usos, destacándose en la medicina (apto para el reumatismo, artritis, obesidad, anemia, triglicéridos, gastritis, hemorroides, estreñimiento, inflamación de la próstata, artritis, antiinflamatorio, etc.), como alimento y

bebida, en la industria textil para la elaboración de cabuyas. En la medicina popular se utiliza como laxante. Las raíces son consideradas como antisifilíticas. La infusión de las hojas se usa como bebida refrescante, con efecto hepático y digestivo. El jugo fresco de las hojas es resolutivo y se ha usado para tratar heridas e irritaciones de la piel. Este producto se lo puede obtener en el Centro Artesanal el Cedacero y la persona encargada de su extracción y venta es el Sr. Guido Paucar (Artesano), quien además es el único artesano de la parroquia que conserva esta tradición. Estas y otras utilidades son las que podemos atribuir al penco, destacándose entre la principal, la extracción del Chaguarmishqui que es una de las bebidas particulares de la serranía ecuatoriana.

## **DATOS GENERALES**

### **UBICACIÓN**

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Localidad: Guangopolo

Categoría: Manifestaciones culturales

Tipo: Etnografía

Subtipo: Comida y bebidas típicas

### **CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

Altura: 2400 msnm

Temperatura: 18°C

Latitud: -0,25

Longitud: 78°25'16,58"

### **ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

Alterado: Si

Vías de acceso: Sendero

Actividades a realizar:

- Proceso de elaboración del Chaguarmishqui
- Fotografías
- Observación de flora y fauna
- Caminatas

Servicios:

Facilidades turísticas:

Origen del turista: Local, Nacional y Extranjero

## Balneario Rumiloma



### Valor intrínseco

Las aguas del Balneario Rumiloma son de origen volcánico provenientes del volcán Ilaló que emergen desde este volcán con una temperatura de 31°C y llegan a las instalaciones con una temperatura de 27°C, las cuales se almacenan en tanques y llegan a las piscinas mediante un sistema de entubado, su extensión es de 2 hectáreas. La infraestructura del balneario es de teja, madera y ladrillo, lo que le brinda una apariencia rústica. Su administración se encuentra bajo la tutela de la Municipalidad de Guangopolo.

### Valor extrínseco

El balneario Rumiloma es un complejo donde los turistas pueden disfrutar de aguas termales provenientes del volcán Ilaló, se puede acceder por la vía intervalles hasta tomar el desvío de la “Escuela José María Velasco Ibarra”, podemos encontrar canchas deportivas, estacionamiento, piscinas para adultos y niños, también áreas para realizar picnics y disfrutar de la naturaleza.

## DATOS GENERALES

### UBICACIÓN

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Localidad: Guangopolo

Categoría: Sitio Natural

Tipo: Agua subterráneas

Subtipo: Aguas termales

### CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

Altura: 2400 msnm

Temperatura: 18°C

Latitud: -0,25

Longitud: 78°25'16,58"

### ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Alterado: No

Vías de acceso: Adoquinado

Actividades a realizar:

- Natación
- Senderos
- Fotografías

Servicios:

- Canchas deportivas
- Senderos
- Duchas
- Vestidores
- Servicios higiénicos
- Estacionamiento
- Señalización interna y externa

Facilidades turísticas:

- Restaurants
- Transporte público

Origen del turista: Local, Nacional y Extranjero

### Anexo 3

#### Guion para la ruta

Ruta N°1			“Dulce encanto del Cedazo”
Saludos Inicial			Buenos días
Bienvenida			Bienvenidos a la parroquia de Guangopolo
Presentación			Mi nombre es (Nombre y Apellido del guía), seré su acompañante durante la “Ruta dulce encanto del Cedazo”, este recorrido se conjuga con una serie de paisajes naturales, culturales-ancestrales y gastronómicos que nos permitirán conocer más a fondo la parroquia de Guangopolo. Cualquier duda o inquietud, no duden en comunicarla.
Recomendaciones			Llevar: protector solar, gorra, ropa caliente, guantes, zapatos de tracking, agua y cámara fotográfica. No es recomendable llevar más elementos debido a que la caminata es larga o de hacerlo llevarlo en una pequeña maleta para cargar sobre la espalda. ¡No olviden la basura que traigo me la llevo conmigo!
Introducción-datos de la parroquia			Al momento nos encontramos en la parroquia Guangopolo, considerada “Capital Mundial del Cedazo”, se encuentra ubicado en el cantón Rumiñahui al este de la ciudad de Quito, sobre los 2400 msnm, cuenta con un clima cálido llegando su temperatura hasta los 18°C.
Objetivo			El objetivo de la ruta es dar a conocer los atractivos existentes en la parroquia, de esta manera dinamizar la economía de la parroquia.
N°	Lugar	Tiempo	Descripción
1	Parque Guangopolo- Iglesia Santísima Trinidad	45 minutos	Nos encontramos en el Parque Central de Guangopolo, que lleva el mismo nombre de la parroquia, nos dirigimos hacia la Iglesia Santísima Trinidad, que está conformada por dos puertas grandes de ingreso, sus dos torres y respectivos campanarios. Esta obra fue concluida en 1945, mejorada en 1969 y remodelada para el año de 1978. En el interior de la iglesia no encontramos un altar mayor, por lo que se encuentra una gran mesa donde se coloca el cáliz, el misal y las flores. En los costados santos que no tiene nombre excepto San Pedro, Jesús del Gran Poder, Señor de la Buena Esperanza. En la pared del presbiterio se observa un mural pintado por Pablo Legña, donde se encuentra Jesús en la diestra de Jehová y el Espíritu Santo, que se encuentra representado por una ave blanca con sus alas abiertas.
2	Volcán Ilaló	4 horas	-Acenso al Volcán Ilaló -Reconocimiento de la flora y fauna del lugar -Toma de fotografías

			<p>-Llegada a Singa Ilaló (Nariz del Ilaló), se tomará un Descanso para - proceder con el acenso hasta la cumbre del volcán.</p> <p>-Cumbre del Volcán Ilaló: El volcán Ilaló de origen volcánico se encuentra a 3.169 msnm, localizado a 8 km al este de la ciudad de Quito provincia Pichincha; forma parte de la Cordillera Oriental de los Andes, donde su última erupción se registra 1.6 millones de años, pero su actividad se registra en los afloramientos de fuentes termales, que ha desarrollado instalaciones recreacionales y de hidroterapia en sus alrededores como los balnearios del Tingo, Cununyacú, La Merced, Rumiloma e incluso piscinas privadas. Esté coloso es un divisor natural ya que divide a los valles de los Chillos y Tumbaco. Ilaló, proviene de varias interpretaciones en numerosos dialectos, entre ellas tenemos que se derriba de la palabra Ela, cuyo significado es caña y Alo que quiere decir aguacate, por lo que Ilaló es un valle localizado entre la caña y el aguacate.</p> <p>-Cruz de hierro: Construida en 1936 por Leopoldo Mercado, quien fue el dueño de la Hacienda Santa Clara, la fábrica el Progreso y el balneario el Tingo, tiene una altura de 18 metros y se comenta que antiguamente se encontraba cubierta por espejos que reflejaba la luz del sol sobre todo el valle; su funcionalidad era de pararrayos y para que el pueblo rezara una Ave María en nombre de su fundador.</p> <p>Chaguarmishqui: El nombre agave proviene del vocablo de los griegos agavos, alcanzan una altura de hasta 2 metros de altura y 4 metros de ancho con un tallo corto, desticuladas en su borde con espinas rectas y finas. El penco o agave tiene muchos usos, destacándose en la medicina (apto para el reumatismo, artritis obesidad, anemia, triglicéridos, gastritis, hemorroides, estreñimiento, inflamación de la próstata, artritis, antiinflamatorio, etc.), como alimento y bebida, en la industria textil para la elaboración de cabuyas. Estas y otras utilidades son las que podemos atribuir al penco, destacándose entre la principal la extracción del Chaguarmishqui que es una de las bebidas particular de la serranía ecuatoriana, que se conoce por sus variadas bondades alimenticias. Chaguarmishqui; es una palabra quechua que quiere decir Chaguar =penco o extraer y Mishqui=dulce, cuya extracción está ligada a culturas andinas donde los pobladores aún conservan está tradición ancestral. Degustación del Chaguarmishqui.</p> <p>-Lunch</p> <p>-Descenso del Volcán</p>
3	Almuerzo – “Parrilladas al paso”	50 minutos	Almuerzo

4	Balneario Rumiloma	1 hora	Para relajarnos un poco y poder descansar de la caminata nos dirigiremos hasta el Balneario Rumiloma, donde podrán disfrutar de aguas termales, que emanan desde el volcán Ilaló a una temperatura de 30°C y llegan hasta las piscinas hasta una temperatura de 27°C. Este balneario se localiza a orillas del río San Pedro, donde encontraremos canchas deportivas, senderos y chozones para descansar.
4	Opcional: Sendero de los Gallinazos	30 minutos	A continuación visitaremos el “Sendero de los Gallinazos”, denominado así por ser el lugar donde anidan estas aves carroñeras, que se alimenta de carne en proceso de putrefacción, animales recién nacidos o huevos. Conocido como zopilote, buitre negro americano; es miembro de la familia de los buitres. Ponen sus huevos en huecos, cuevas, árboles o simplemente en el suelo. Este sendero anteriormente era una mina de piedra, de donde se sustraían varios minerales entre ellos la arena, el ripió, etc. Actualmente esta actividad fue suspendida por la municipalidad de. Reconocimiento de la flora y fauna del lugar Leyenda
5	Centro Artesanal el Cedacero	45 minutos	Nuestra última visita la realizaremos al Centro Artesanal el Cedacero, donde se podrán observar y realizar la compra de artesanías elaboradas por los artesanos de la parroquia, destacándose así el cedazo cuya materia prima proviene de la crin de caballo, esta es una de las 7 artesanías de tradición familiar preservada en el Ecuador. El cedazo: La parroquia fue habitada por la tribu Quito-Caras, quienes se caracterizaban por fabricar artesanías, confeccionar telas de fibras vegetales y animales, el tallado de yute, dando así lugar a la elaboración de la shushuna utensilio de cocina que lo utilizaban para cernir la chicha de maíz, que terminó siendo el cedazo, tejido de la crin de caballo. Relatos antiguos narran que del Ilaló emanaba un río de oro y que para obtenerlo los indígenas lo cernían con la shushuna elaborado con fibras de plantas. En 1530 con la llegada de sacerdotes españoles, decidieron fabricar el cedazo con crin de caballo por ser un material más flexible que permitía un tejido más fino. Esta es una tradición familiar que inicia con la compra del pelo de caballo en las haciendas, una vez peinado y seleccionado el pelo se procede al lavado, desengrasado y blanqueamiento o teñido hasta secado final. Compra de artesanías.
Despedida			Espero que hayan disfrutado del recorrido por la parroquia Guangopolo y un pronto retorno. -Sugerencias

