



Plan de Marketing Turístico

Cantón Rumiñahui

**PLAN DE MARKETING TURÍSTICO 2022- 2024
DEL CANTÓN RUMIÑAHUI**

AUTORÍA DEL DOCUMENTO

Dirección de Turismo
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Rumiñahui

DOCUMENTO ELABORADO POR

Ing. Jorge Orbe
Dirección de Turismo
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Rumiñahui

APORTES AL TEXTO

MBA. Gabriela Villacrés
Coordinación de Desarrollo Turístico Municipal
Asociación de Municipalidades Ecuatorianas

REVISIÓN TÉCNICA AL TEXTO

MBA. Gabriela Villacrés
Coordinación de Desarrollo Turístico Municipal
Asociación de Municipalidades Ecuatorianas

AGRADECIMIENTO

A los funcionarios de las Direcciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Rumiñahui y a la AME por su colaboración en la elaboración del Plan de Marketing Turístico

Hecho en Rumiñahui, Pichincha - Ecuador /Julio – 2022

Para su reproducción parcial o total se requiere autorización a la Dirección de Turismo del GADM del cantón Rumiñahui.

Contenido

1.	BASE NORMATIVA.....	5
1.1.	CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA.....	5
1.2.	Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización.....	6
1.3.	Resolución del Consejo Nacional de Competencias 0001-CNC-2016 Registro Oficial Nro. 718	7
1.4.	Ley Orgánica de Turismo	9
1.4.1.	Reglamento General a la Ley de Turismo	10
1.5.	Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025	11
2.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	12
2.1.	DEFINICION DEL PROBLEMA	12
2.1.1.	MATRIZ PROBLEMA – SOLUCIÓN, ACTORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	12
2.2.	DIAGRAMA DE ISHIKAWA (CAUSA - EFECTO)	13
2.1.2.	PROBLEMA CENTRAL	13
2.2.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
2.3.	DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	14
2.3.1.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	14
2.3.2.	DISEÑO DE MUESTREO	14
2.4.	IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	14
2.5.	INTERPRETACIÓN Y PRESENTACIÓN DE HALLAZGOS.....	15
2.5.1.	EDAD	15
2.5.2.	GÉNERO.....	16
2.5.3.	PROCEDENCIA	16
2.5.4.	NIVEL DE ESTUDIOS.....	17
2.5.5.	OCUPACIÓN	18
2.5.6.	MOTIVO DE VIAJE.....	18
2.5.7.	GRUPO DE VIAJE	19
2.5.9.	DURACIÓN DE VIAJE.....	20
2.5.10.	PLANIFICACIÓN DE VIAJE	21
2.5.11.	MEDIO DE TRANSPORTE PARA VIAJE	21
2.5.12.	PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES EN EL DESTINO	22
2.5.13.	GASTO PROMEDIO DIARIO.....	23
2.5.14.	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	23
2.5.15.	REDES SOCIALES	24
2.5.16.	PROPUESTA PROMOCIONAL	24

3.	PLAN DE MARKETING TURÍSTICO	26
3.1.	ANÁLISIS SITUACIONAL	26
3.1.1.	AMBIENTE EXTERNO	26
3.1.2.	AMBIENTE INTERNO	31
4.	ANÁLISIS FODA	41
5.	FORMULACIÓN ESTRATÉGICA	43
5.1.	CRUCE DE VARIABLES	43
5.2.	OBJETIVO GENERAL DEL PLAN.....	44
5.3.	ESTRATEGIAS	44
5.3.1.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LAS ESTRATEGIAS.....	44
5.3.2.	METAS	45
5.3.3.	BENEFICIARIOS	46
5.4.	PLAN DE ACCIÓN.....	46

1. BASE NORMATIVA

1.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA

En su **artículo 1**, señala que el Ecuador es un Estado constitucional de derecho y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de República y se gobierna de manera descentralizada;

En el **artículo 3**, establece entre los deberes primordiales del Estado, la protección del patrimonio natural y cultural del país;

En el **artículo 14**, reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay;

El **artículo 24**, indica que las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre;

El **artículo 83**, indica que conservar el patrimonio natural y cultural del país; y cuidar y mantener los bienes públicos, son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos;

En el **artículo 226**, expresa: “Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución;

El **artículo 238**, proclama la autonomía política, administrativa y financiera de los Gobiernos Autónomos Descentralizados;

El **artículo 240**, determina que los Gobiernos Autónomos Descentralizados tendrán facultades legislativas, en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales;

El **artículo 264**, menciona que entre las competencias exclusivas de los gobiernos municipales están: preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;

El **artículo 276**, dispone que, entre los objetivos del régimen de desarrollo, se encuentra el proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

El **artículo 377**, expresa que, con la finalidad de garantizar el ejercicio pleno de los derechos culturales, el sistema nacional de cultura tiene como objetivos: fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural.

El **artículo 383**, garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

1.2. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

El **artículo 54** establece las funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal entre las que se destacan:

e) Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquia, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales;

m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él la colocación de publicidad, redes o señalización;

q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón;

El **artículo 55** establece las competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal entre las que se destacan:

e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;

h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas de lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la Ley.

k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas.

El **artículo 135** último inciso, determina que: “El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno”; y,

El **artículo 144** enuncia que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal podrá, mediante convenios, gestionar concurrentemente con otros niveles de gobierno las competencias de preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio cultural material e inmaterial.

1.3. Resolución del Consejo Nacional de Competencias 0001-CNC-2016 Registro Oficial Nro. 718

En la **Sección II, artículo 9** manifiesta que, en el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, el ejercicio de las facultades de planificación cantonal, regulación cantonal, control cantonal y gestión cantonal en los términos establecidos en esta resolución y la normativa legal vigente.

Artículo 10. Atribuciones de planificación cantonal

- a. Elaborar planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal, sujetándose a la planificación nacional del sector turístico aprobada por la Autoridad Nacional de Turismo.
- b. Formular el plan cantonal de turismo, mismo que debe a su vez, sujetarse a la planificación nacional del sector turístico.

Artículo 11. Atribuciones de regulación cantonal

- a. Expedir ordenanzas y resoluciones de carácter cantonal que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del turismo, en concordancia con la planificación nacional del sector turístico.
- b. Regular los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos, en coordinación con la Autoridad Nacional Competente.
- c. Regular el desarrollo del sector turístico cantonal en coordinación con los demás GAD, promoviendo especialmente la normativa expedida por la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y de turismo comunitario, conforme la normativa vigente.

Artículo 12. Atribuciones de control cantonal

- a. Controlar que los establecimientos turísticos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente.
- b. Controlar las actividades turísticas en las áreas de conservación y uso sostenible municipales, en coordinación con las entidades nacionales competentes.
- c. Establecer mecanismos de protección turística dentro de su circunscripción territorial.
- d. Otorgar y renovar la Licencia Única Anual de Funcionamiento, en función de los requisitos y estándares establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo.
- e. Controlar y vigilar la prestación de actividades y servicios turísticos que han obtenido Licencia Única Anual de Funcionamiento.
- f. Aplicar las sanciones correspondientes por el incumplimiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

Artículo 13. Atribuciones de gestión cantonal

- a. Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás GAD.
- b. Actualizar el catastro de establecimientos turísticos del cantón, de conformidad con la normativa nacional vigente.
- c. Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.
- d. Actualizar y dar mantenimiento adecuado a la señalización turística del cantón.
- e. Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo.
- f. Recaudar los valores por concepto de imposición de sanciones por el incumplimiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y los requisitos para su obtención.
- g. Desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.
- h. Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico cantonal.
- i. Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos del cantón, en el marco de la normativa nacional.
- j. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.
- k. Participar en la elaboración de las estadísticas de turismo cantonal, de acuerdo a las condiciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo.
- l. Fomentar proyectos turísticos cantonales que guarden concordancia con la legislación vigente.
- m. Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los GAD provinciales.

1.4. Ley Orgánica de Turismo

El **artículo 5** enuncia que, se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de servicios de:

Alojamiento, Alimentos y bebidas, Operación turística, Transporte turístico y Entretenimiento

El artículo 8 enuncia que, para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

El **artículo 9** detalla que, el **Registro de Turismo** consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

El **artículo 10** detalla los, **Beneficios de los establecimientos turísticos:**

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. *No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.*

El artículo 16 dispone que, será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

El **artículo 19** enuncia que, el Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría

El **artículo 42** enuncia que, corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

El **artículo 46** expone que, los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

1.4.1. Reglamento General a la Ley de Turismo

El **artículo 24** expone que, en virtud de las disposiciones constitucionales relacionadas con descentralización del Estado y lo que disponen los artículos 9 y 10 de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, en materia turística procede la transferencia de funciones, atribuciones y recursos relacionados con la planificación, coordinación, ejecutar y evaluar en el respectivo cantón las actividades relacionadas con el turismo.

Las potestades de realizar el registro de turismo, la regulación y expedición de normas técnicas a nivel nacional, la concesión de permisos temporales de funcionamiento es privativa del Ministerio de Turismo quien ejercerá esas competencias a nivel nacional con exclusividad.

El **artículo 45** dispone que, el ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

El **artículo 46** por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

- a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano; y,

b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la República del Ecuador.

El **artículo 48** dispone que, el valor por concepto de **registro** se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El **artículo 55** expresa que, para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la **licencia única anual de funcionamiento**, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

El **artículo 60** expresa que, **pago de licencia:** De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos máximos fijados por el Ministerio por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

1.5. Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025

Objetivo 2. Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.

Política 2.3. Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional. E 10. Fomentar emprendimiento e iniciativas turísticas que permitan el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.

Metas al 2025

2.3.1 Aumentar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD 704,67 millones a USD 2.434,60 millones.

2.3.2 Incrementar las llegadas de extranjeros no residentes al país de 468.894 en 2020 a 2.000.000 en 2025

2.3.3 Aumentar el empleo en las principales actividades turísticas de 460.498 a 495.820

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

2.1.1. MATRIZ PROBLEMA – SOLUCIÓN, ACTORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Dentro del levantamiento de información del plan de desarrollo turístico se tomó las apreciaciones de los representantes de esta actividad como son: ciudadanía, prestadores de servicios turísticos y el equipo técnico de la dirección de turismo representando a la municipalidad (consolidación de información). Se utilizó las mesas de diálogo con estos sectores, abriendo exposición de problemas y propuestas y soluciones.

2.1.1.1. PROBLEMA 1. PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS. FALTA DE IDENTIDAD DE LA CIUDADANÍA

FICHA PROBLEMA 1					
GRUPO DE SERVICIO:	Alimentos y bebidas				
PROBLEMA:	Falta de identidad de la ciudadanía				
SITUACIÓN ACTUAL:	BUENA	x	REGULAR		MALA
CAUSAS DE LA SITUACIÓN:					
1.	No existen el desarrollo de atractivos turísticos en el cantón.				
2.	No existe una adecuada planificación en la regeneración urbana de la ciudad que genere espacios de interés turístico.				
3.	No se ha planificado actividades turísticas donde se impulse la variedad de gastronomía.				
4.	Los Rumiñahuenses sienten que es un cantón de paso.				
5.	No existe promoción turística del cantón ni sus atractivos.				
6.	No hay mantenimiento en las zonas turísticas.				
PROPUESTA DE MEJORA:					
1.	Socializar y planificar actividades a realizarse en diferentes lugares del cantón.				
2.	Sugerir al área de planificación la generación de espacios dentro de la regeneración urbana que puedan ser de interés turístico.				
3.	Promocionar al cantón y a sus atractivos.				
4.	Mantenimiento anual de las zonas turísticas.				

Tabla 1: Problema 1

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

2.1.1.2. PROBLEMA 2. CIUDADANÍA. FALTA DE PROMOCION POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN NACIONALES Y LOCALES.

FICHA PROBLEMA 2					
GRUPO DE SERVICIO:	Ciudadanía				
PROBLEMA:	Falta de promoción por medios de comunicación nacionales y locales.				
SITUACIÓN ACTUAL:	BUENA		REGULAR	x	MALA
CAUSAS DE LA SITUACIÓN:					
1.	Falta de actualización de los atractivos y planta turística existentes en el cantón.				
2.	Desconocimiento de las TIC'S.				
3.	Falta de información acertada de la planta y los atractivos turísticos.				
PROPUESTA DE MEJORA:					
1.	Actualización de una página web de los atractivos y planta turística del cantón.				
2.	Capacitación periódica de la utilización de las nuevas herramientas tecnológicas.				
3.	Levantamiento de información turística que sea verídica y actual.				

Tabla 2: Problema 2

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

2.1.1.3. PROBLEMA 3. CIUDADANÍA. FALTA DE IDENTIDAD POR PARTE DE LA CIUDADANÍA

FICHA PROBLEMA 3				
GRUPO DE SERVICIO:	Ciudadanía			
PROBLEMA:	Falta de identidad por parte de la ciudadanía			
SITUACIÓN ACTUAL:	BUENA	REGULAR	MALA	x
CAUSAS DE LA SITUACIÓN:	<ol style="list-style-type: none"> No existe el interés por parte de los actores públicos y ciudadanía en recuperar la identidad de Rumiñahui. No existe ningún plan o proyecto del rescate de la identidad de Rumiñahui. Falta de alianzas estratégicas con actores involucrados para el rescate de la identidad. 			
PROPUESTA DE MEJORA:	<ol style="list-style-type: none"> Realizar un plan de rescate de la identidad Rumiñahuense. Socializar con la ciudadanía mediante jornadas el rescate de nuestra identidad. Realizar un programa de promoción y difusión sobre la identidad Rumiñahuense. 			

Tabla 3: Problema 3

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

2.2. DIAGRAMA DE ISHIKAWA (CAUSA - EFECTO)

GRUPO DE INTERÉS	CAUSA	EFECTO (PROBLEMA)
PRESTADORES DE SERVICIO	<ol style="list-style-type: none"> No existen el desarrollo de atractivos turísticos en el cantón. No existe una adecuada planificación en la regeneración urbana de la ciudad que genere espacios de interés turístico. No se ha planificado actividades turísticas donde se impulse la variedad de gastronomía. Rumiñahui es un cantón de paso. No existe promoción turística del cantón ni sus atractivos. No hay mantenimiento en las zonas turísticas. 	Falta de identidad de la ciudadanía
CIUDADANÍA	<ol style="list-style-type: none"> Falta de actualización de los atractivos y planta turística existentes en el cantón. Desconocimiento de las TIC'S. Falta de información acertada de la planta y los atractivos turísticos. 	Falta de promoción por medios de comunicación nacionales y locales.
	<ol style="list-style-type: none"> No existe el interés por parte de los actores públicos y ciudadanía en recuperar la identidad de Rumiñahui. No existe ningún plan o proyecto del rescate de la identidad de Rumiñahui. Falta de alianzas estratégicas con actores involucrados para el rescate de la identidad. 	Falta de identidad por parte de la ciudadanía

Tabla 4: Diagrama de Ishikawa

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

2.1.2. PROBLEMA CENTRAL

Con los datos detallados anteriormente se puede concluir que el problema central es la falta o inadecuada promoción turística, incluso un efecto más pequeño que causa esto es la falta de identidad en la ciudadanía.

2.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Determinar el perfil del turista local sus gustos y preferencias a través de una encuesta online.
- Identificar los medios de comunicación más utilizados por los visitantes para poder estructurar una estrategia de marketing.

- Determinar las motivaciones de viaje hacia el cantón y su potencial turístico.

2.3. DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

En la realización del levantamiento de problemas se utilizó los talleres de trabajo con grupos especializados (Focus Group), donde se trabajó con los actores de la actividad y se recopiló sus necesidades.

Para la etapa de investigación y estudio del mercado se utilizó los cuestionarios online que se envió por grupos de interés por Facebook, que pertenecen geográficamente a las zonas donde se debe aplicar estas herramientas.

2.3.2. DISEÑO DE MUESTREO

2.3.2.1. UNIVERSO

Se deberá tomar la población económicamente activa del Valle de los Chillos como referencia para aplicar las herramientas de investigación. Este será el mercado local tomando en cuenta la cercanía y que conforman un consolidado geográfico.

PARROQUIA	PEA
Rumiñahui	35.544
Conocoto	33.979
La Merced	3.475
Pintag	7.423
Amaguaña	12.914
Alangasi	10.040
TOTAL	103.375

Tabla 5: PEA del Cantón Rumiñahui
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

2.3.2.2. MUESTRA

Se toma la fórmula para población finita debido a que el universo sobre pasa los 100000 habitantes.

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

Dónde:

n = Tamaño de muestra

Z = Nivel de confianza

N = Universo

p = 0,5 Probabilidad ocurrencia un evento

q = 0,5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

i = 5 % Margen de error

n = 383

2.4. IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN

En noviembre del año 2020, se difundió el cuestionario para que pueda ser contestado por la mayoría de personas que conforman la muestra de investigación mediante el siguiente link:

<https://docs.google.com/forms/d/16ideHmsfRosUy02-Shddf8TkN-fPuGFUrpXVNWq-qJU/edit>

Hasta marzo de 2021 cuando fue cerrada la encuesta por cumplimiento de 384 participantes. Con la información analizada se puede prever lo siguiente, a las preguntas del cuestionario:

- La edad promedio de los visitantes del Cantón Rumiñahui es de 20 a 45 años.
- Hay más visitantes mujeres que hombres en un 5%.
- La procedencia de los visitantes del Cantón Rumiñahui es en preponderancia de los sectores de parroquias rurales de Quito.
- La mayoría de visitantes del Cantón Rumiñahui tiene estudios de tercer nivel.
- La motivación principal de visita del Cantón Rumiñahui es por turismo en especial por la gastronomía.
- En familia es como acostumbran a visitar los turistas el destino Rumiñahui.
- La frecuencia de visita del cantón Rumiñahui es mayoritariamente los fines de semana.
- El promedio de estadía en el destino es de 1 día o menos.

2.5. INTERPRETACIÓN Y PRESENTACIÓN DE HALLAZGOS

Las respuestas se pueden visualizar en el siguiente link:

<https://docs.google.com/forms/d/16ideHmsfRosUy02-Shddf8TkN-fPuGFUrpXVNWq-qJU/edit#responses>

2.5.1. EDAD

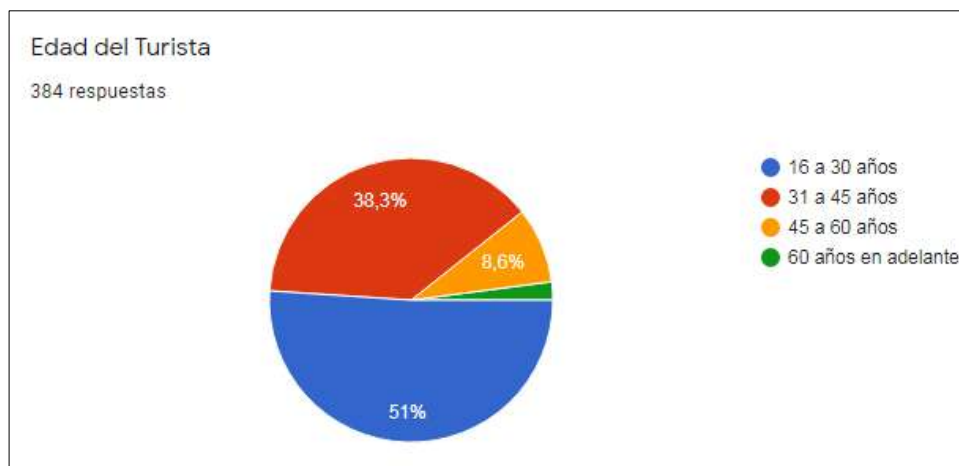


Ilustración 1: Edad del Turista

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	16 a 30 años	196	51%
	31 a 45 años	147	38,3%
	45 a 60 años	33	8,6%
	60 años en adelante	8	2,1%
	Total	384	100%

Tabla 6: Edad del turista

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Más de la mitad de los encuestados tienen la edad de 16 a 30 años, este segmento es el que mayor opinión y participación tiene en las acciones que saldrán como resultado de este plan, seguido por las personas de entre 31 y 45 años, luego las personas de entre 45 a 60 años y por último los adultos mayores de 60 años en adelante con una participación del 2,1%.

2.5.2. GÉNERO

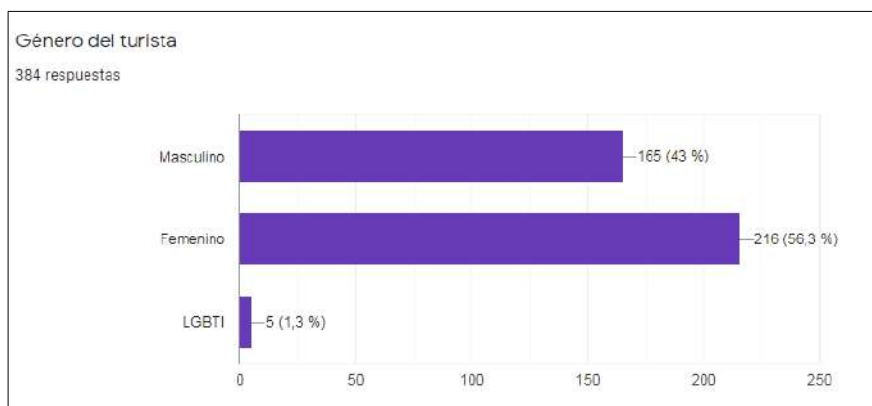


Ilustración 2: Género del Turista
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	GÉNERO	FRECUENCIA
Válido	Masculino	165
	Femenino	216
	LGBTI	5
	Total	386

Tabla 7: Género del turista
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Se constata mayor participación del género femenino en la encuesta realizada, seguido del género masculino, una minoría que indicó ser parte de la comunidad LGBTI.

Adicional algunos encuestados al parecer se identificaron en 2 grupos por lo que la frecuencia no representa al mismo número de encuestados.

2.5.3. PROCEDENCIA

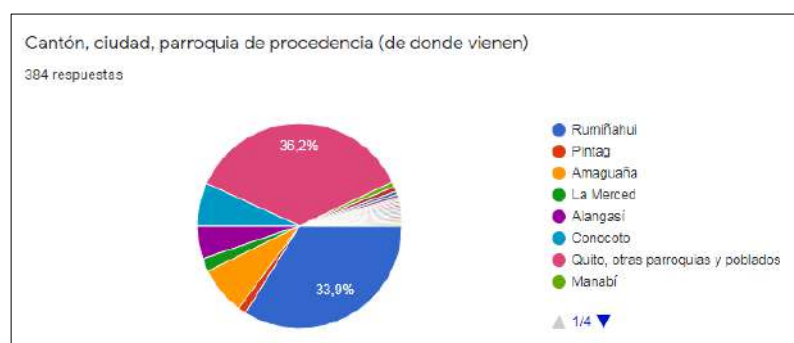


Ilustración 3: Cantón, ciudad, parroquia de procedencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

	LUGAR DE PROCEDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Rumiñahui	130	33,9%
	Pintag	5	1,3%
	Amaguaña	29	7,6%
	La Merced	8	2,1%
	Alangasi	20	5,2%
	Conocoto	26	6,8%
	Quito, otras parroquias y poblados	143	36,2%
	Malchinguí	1	0,3%
	Manabí	5	1,3%
	El Oro	2	0,5%
	Los Ríos	1	0,3%
	Cayambe	4	1,1%
	Santo Domingo de los Tsáchilas	3	0,8%
	Ambato	1	0,3%
	Uyumbicho	2	0,5%
	Machachi	1	0,3%
	Latacunga	1	0,3%
	España	1	0,3%
	USA	1	0,3%
		Total	384

Tabla 8: Cantón, ciudad, parroquia de procedencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

La representatividad de las parroquias que conforman el Valle de los Chillos junto con los demás poblados de Quito son mayoría por lo que se debe trabajar con este mercado. El turista local que es el que en esta época debe tener más representatividad tiene un porcentaje de 59,2%.

El segundo segmento es la población propia del cantón Rumiñahui con 33,9%. En síntesis, son los pobladores que circundan el Valle de los Chillos quienes por una densidad poblacional más grande utilizan y requieren más oferta de servicios.

2.5.4. NIVEL DE ESTUDIOS

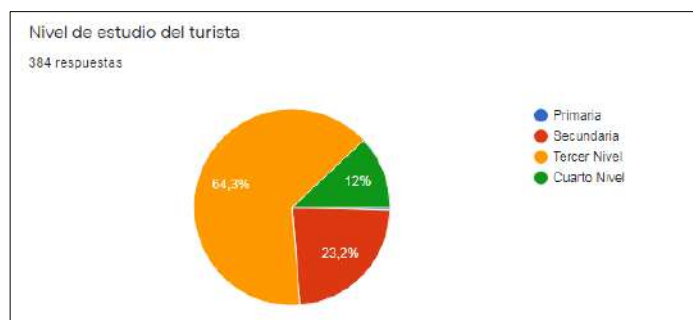


Ilustración 4: nivel de estudio del turista
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	NIVEL DE EDUCACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Primaria	2	0,5
	Secundaria	89	23,2
	Tercer Nivel	247	64,3
	Cuarto Nivel	46	12

Tabla 9: Nivel de estudio del turista
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El mayor porcentaje representativo de esta pregunta es el segmento de tercer nivel, es decir que la mayoría de visitantes potenciales tienen estudios universitarios o superiores, con esto se debe volcar esfuerzos para que el tratamiento de la información en cada sitio turístico sea la óptima para las necesidades de este conjunto de personas en especial. Si se suman los porcentajes de tercer y cuarto nivel se tiene una mayoría más contundente con respecto a los otros niveles de estudio.

2.5.5. OCUPACIÓN

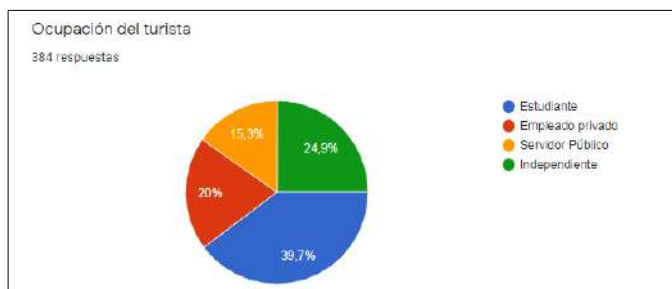


Ilustración 5: Ocupación del turista
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

OCUPACIÓN DEL TURISTA		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Estudiante	153	39,7%
	Empleado Privado	77	20,0%
	Empleado Público	59	15,3%
	Independiente	96	24,9%

Tabla 10: Ocupación del turista
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El segmento de estudiantes representa casi el 40% de los encuestados, traduciendo esto en una flexibilidad de horarios para la visita de este segmento, el otro 60% son personas que perciben ingresos, aquellos tendrán más preferencia de viaje durante los feriados y fines de semana.

2.5.6. MOTIVO DE VIAJE

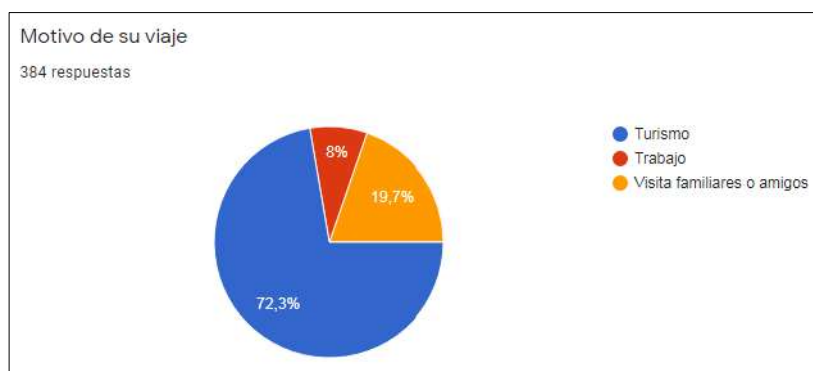


Ilustración 6: Motivo de su viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	MOTIVO DEL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Turismo	279	72,3%
	Trabajo	31	8,0%
	Visita a familiares o amigos	76	19,7%

Tabla 11: Motivo de su viaje

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El motivo de viaje principal es el de la actividad turística, fundamental el dato que impulsa el presente documento para una pertinente planificación, el porcentaje bajo la motivación de trabajo deja una inquietud acerca de la frecuencia de viaje, plazas de trabajo y demás.

Si se considera que para la visita de amigos y familiares también se pueden realizar visitas a atractivos y la utilización de servicios de transporte como de alimentación se está hablando de una mayoría marcada.

2.5.7. GRUPO DE VIAJE

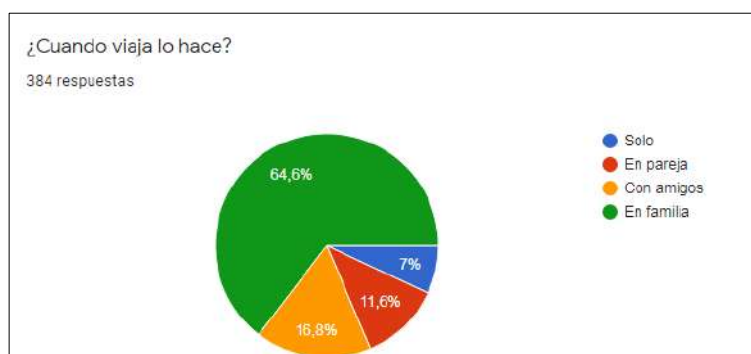


Ilustración 7: Grupo de viaje

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	GRUPO DE VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Solo	27	7%
	En pareja	45	11,6%
	Con amigos	65	16,8%
	En familia	250	64,6%

Tabla 12: Grupo de viaje

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El 80% de los encuestados realiza sus visitas en grupo, teniendo más porcentaje el realizar turismo en familia, hay que los hogares ecuatorianos estaban conformados el año 2010 por 3,8 integrantes, frente a los 4,2 miembros en el 2001.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) destaca una reducción del tamaño de los hogares en los últimos 10 años. La disposición de servicios en su planificación debe ser enfocada con las características antes mencionadas.

2.5.8. FRECUENCIA DE VIAJE

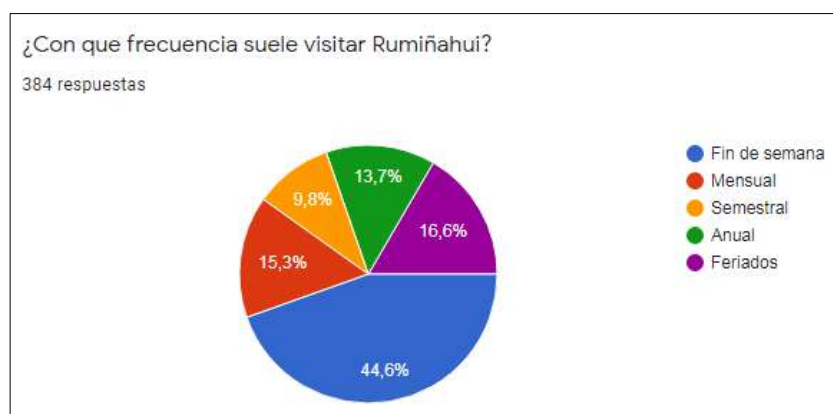


Ilustración 8: Frecuencia de viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	FRECUENCIA DE VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Fin de semana	172	44,6%
	Mensual	59	15,3%
	Semestral	38	9,8%
	Anual	53	13,7%
	Feridos	64	16,6%

Tabla 13: Frecuencia de viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Una característica de los turistas que visitan Rumiñahui, es la de venir los fines de semana. Los feriados también se vuelven fundamentales para desarrollar estrategias en este sentido.

Lo positivo es saber que son pocas las personas que visitan una o 2 veces por año Rumiñahui.

2.5.9. DURACIÓN DE VIAJE

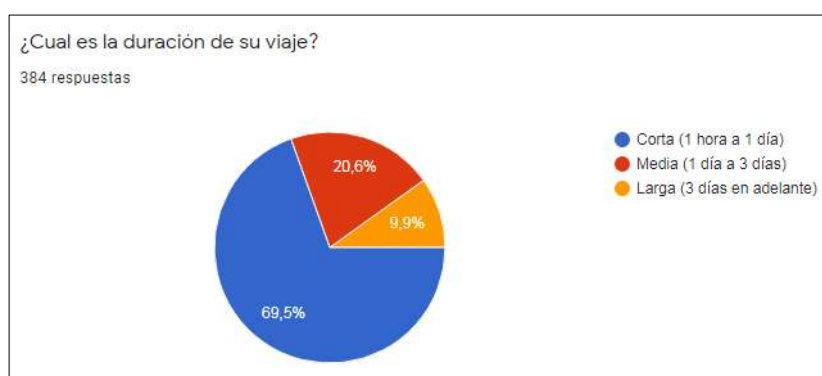


Ilustración 9: Duración del viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	DURACIÓN DEL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Corta (1 hora a 1 día)	267	69,5%
	Media (1 día a 3 días)	79	20,6%
	Larga (3 días en adelante)	38	9,9%

Tabla 14: Duración del viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Los full days es la opción que ha escogido el público encuestado, con el 70% aproximadamente de participantes por lo que se debe trabajar para este segmento de turistas, realizando actividades que inviten a mejorar su estancia o disfrutar más de su corta visita.

2.5.10. PLANIFICACIÓN DE VIAJE



Ilustración 10: Planificación anticipada del viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

	PLANIFICACIÓN ANTICIPADA DEL VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Horas	130	33,8%
	Días	218	56,6%
	Meses	37	9,6%

Tabla 15: Planificación anticipada de viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

La anticipación con la que los turistas organizan su viaje es con días es decir más de 48 horas para poder llegar al punto, luego el mayor porcentaje ha respondido que con horas es decir casi de improvisado realizan su viaje.

2.5.11. MEDIO DE TRANSPORTE PARA VIAJE

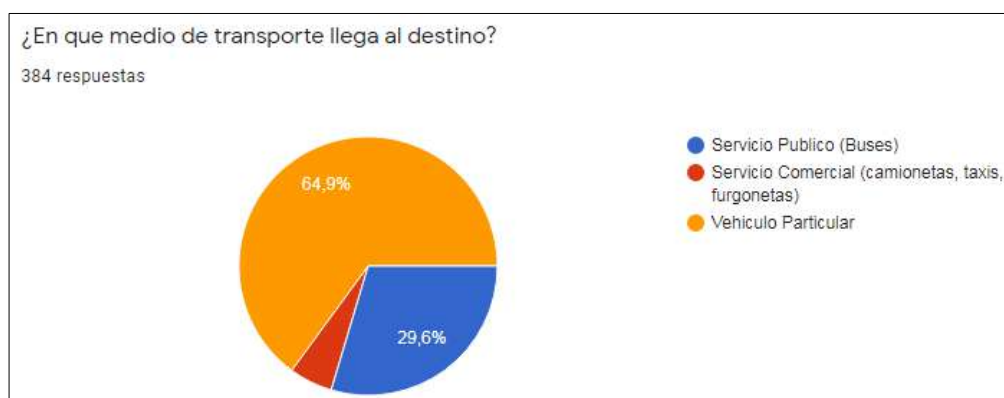


Ilustración 11: Medio de transporte para su viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	MEDIO DE TRANSPORTE PARA SU VIAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Servicio Público (buses)	114	29,6%
	Servicio Comercial (taxi, camioneta, furgoneta)	21	5,5%
	Vehículo particular	250	64,9%

Tabla 16: Medio de transporte para su viaje
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El mayor porcentaje de los encuestados tienen vehículo propio para llegar a destino, es un 35% aproximadamente el porcentaje de encuestados que no tienen vehículo propio y utilizan buses, taxis, camionetas o furgonetas para llegar a su destino.

2.5.12. PRIORIZACIÓN DE ACTIVIDADES EN EL DESTINO

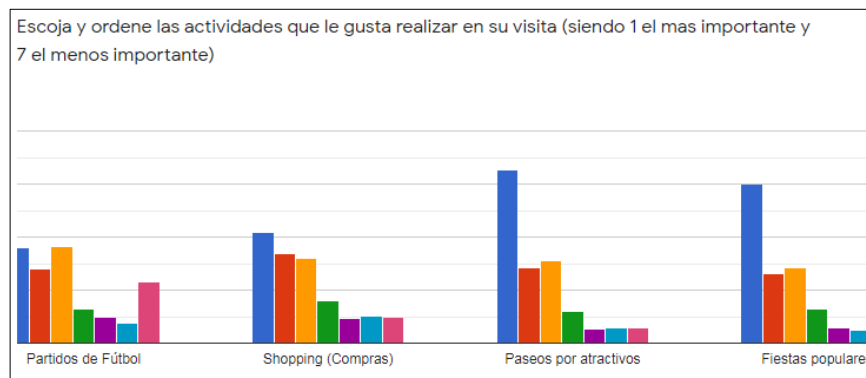
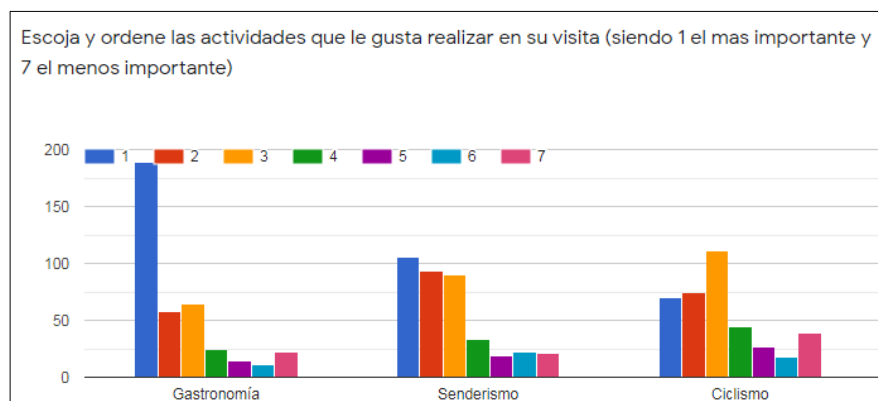


Ilustración 12: Priorización de actividades turísticas
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	ACTIVIDADES	FRECUENCIA MAYOR
Válido	Gastronomía	189
	Senderismo	106
	Ciclismo	70
	Partidos de fútbol	90
	Shopping	105
	Paseos por atractivos	163
	Fiestas populares	150

Tabla 17: Priorización de actividades turísticas
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El cuadro de ponderación que antecede, muestra la preferencia del encuestado por la gastronomía del cantón, seguido por el paseo por sus atractivos y fiestas populares.

2.5.13. GASTO PROMEDIO DIARIO



Ilustración 13: gasto promedio diario
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	GASTO PROMEDIO DIARIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	\$0,00 a \$20,00	95	24,7%
	\$21,00 a \$50,00	214	55,7%
	\$51,00 en adelante	75	19,5%

Tabla 18: Gasto promedio diario
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El gasto promedio del visitante en el cantón Rumiñahui se encuentra entre \$21,00 a \$50,00 USD diarios, seguido de \$0,00 a \$20,00 USD, los que gastan más de \$51,00 USD son también el de menor porcentaje con 19,5%.

2.5.14. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

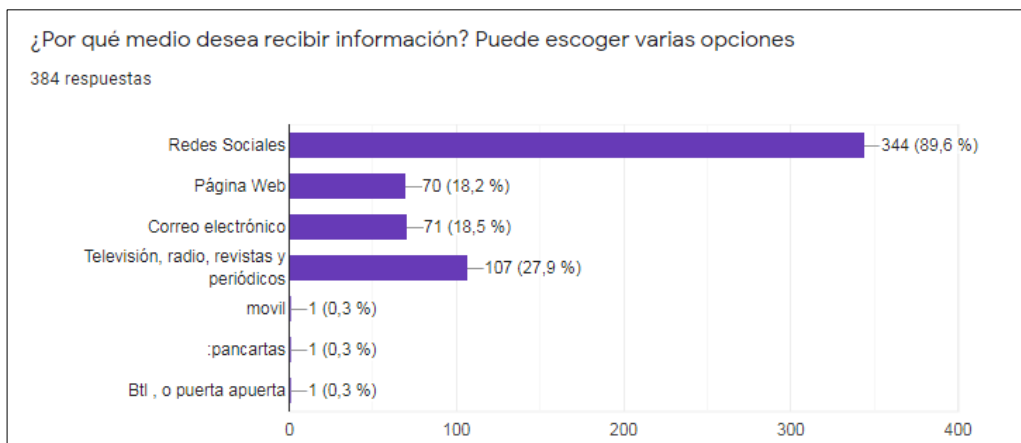


Ilustración 14: Medios de comunicación de su preferencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Redes sociales	344	89,6%
	Página web	70	18,2%
	Correo electrónico	71	18,5%
	Televisión, radio, revistas y periódicos	107	27,9%
	Móvil	1	0,3%
	Pancartas	1	0,3%
	BTL o puerta a puerta	1	0,3%

Tabla 19: Medios de comunicación de su preferencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Los encuestados prefieren recibir información de redes sociales con un porcentaje de 89,6%, los medios tradicionales como TV, radio y prensa tienen una preferencia del 27,9%, después le siguen opciones también digitales como la página web y correo electrónico, las últimas opciones tienen una mínima representación.

2.5.15. REDES SOCIALES

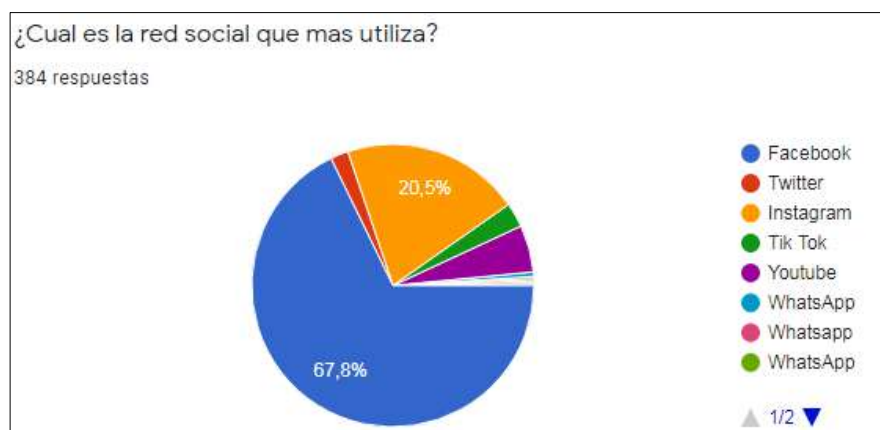


Ilustración 15: Red social de su preferencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

REDES SOCIALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	
Válido	Facebook	265	67,8%
	Twitter	8	2%
	Instagram	80	20,5%
	Tik Tok	11	2,8%
	YouTube	21	5,4%
	WhatsApp	6	1,7%

Tabla 20: Red social de su preferencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Facebook es la red social de mayor preferencia de los encuestados con 67,8%, seguido por Instagram con 20,5%, YouTube y la app de moda Tik Tok, dejando en último lugar a WhatsApp.

2.5.16. PROPUESTA PROMOCIONAL

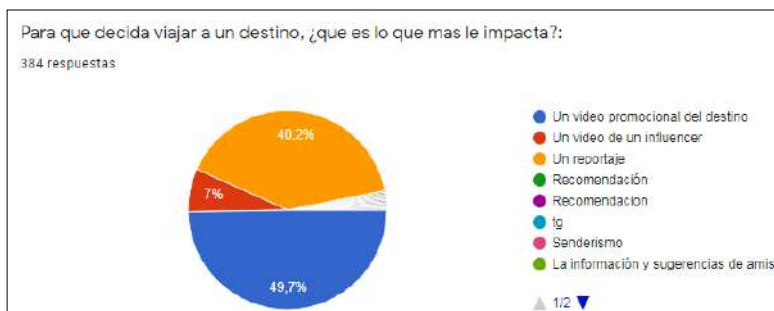


Ilustración 16: Propuesta promocional de su preferencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

	PROPUESTA PROMOCIONAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Válido	Un video promocional	193	49,7%
	Un video de un influencer	27	7%
	Un reportaje	156	40,2%
	Recomendación	5	1,5%

Tabla 21: Propuesta promocional de su preferencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Un video promocional es la opción que más participación tuvo entre los encuestados con 49,7%, seguido de un reportaje con 40,2%, el video de un influencer con 7%. La recomendación de alguien tiene una baja participación con 1,5%.

3. PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

3.1. ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1.1. AMBIENTE EXTERNO

3.1.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Es importante contar con las estadísticas que existen en relación a la demanda del turismo internacional, nacional y local, ya que permite tener una referencia de años anteriores.

- a) **Demanda turística internacional.** – El año 2021, el turismo mundial incrementó en 4%, tomando en cuenta la disminución abrupta del año 2020, pero estos datos no se acercan en nada a las estadísticas pre pandémicas

A continuación, se desglosan los porcentajes de llegadas del año 2021:

EUROPA	ASIA Y EL PACÍFICO	LAS AMÉRICAS	ÁFRICA	ORIENTE MEDIO
-62%	-94%	-62%	-73%	-75%

Tabla 22: Porcentajes de afectación por llegadas internacionales por área geográfica al año 2021
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

El área más afectada por la caída en las llegadas internacionales es la región de Asia y El Pacífico con 94 %, seguido por África y Oriente medio, Europa y Las Américas tienen un comportamiento similar.

- b) **Demanda turística nacional.** – Ha habido un considerable descenso en la llegada de turistas al país a causa de la pandemia mundial del COVID-19, tomando en cuenta que en los años 2018 y 2019 hubo repunte de llegadas internacionales.

AÑO	NÚMERO DE EXTRANJEROS
2016	1.418.159
2017	1.608.473
2018	2.427.660
2019	2.043.993
2020	468.894
2021	590.006

Tabla 23: Llegada de extranjeros al Ecuador 2016-2021

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR - 2022

Fuente: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-movimientos>

- c) **Demanda turística local.** – El ingreso a los senderos de las cascadas de Cóndor Machay y Vilatuña, permiten levantar información de visitantes en el cantón Rumiñahui.

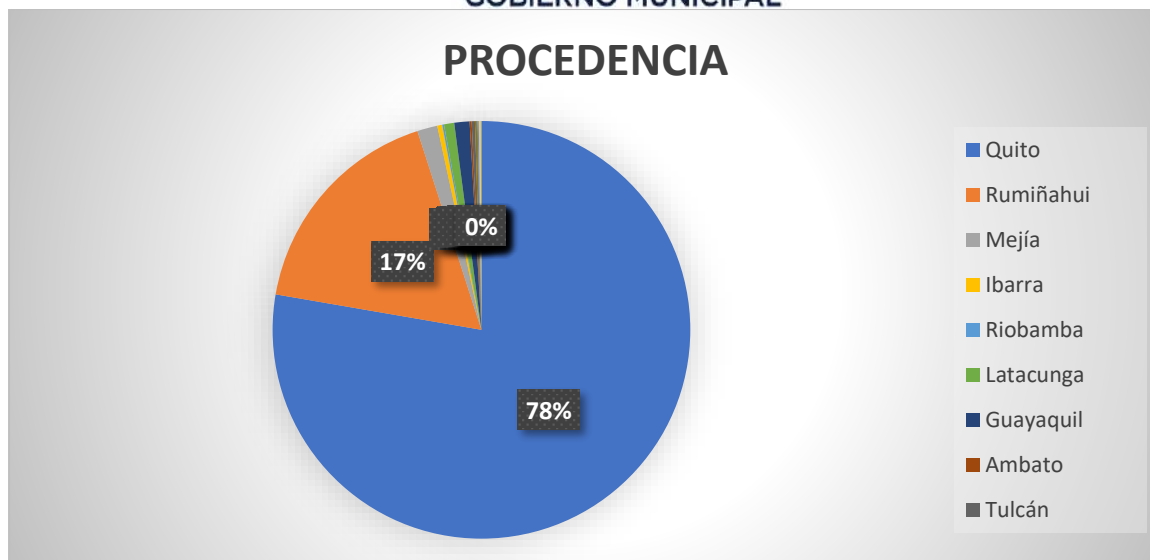


Ilustración 17: Procedencia de visitantes Cantón Rumiñahui
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

La mayor cantidad de visitantes en el Cantón Rumiñahui provienen de Quito y sus alrededores con un 78% de participación, luego están los habitantes de Rumiñahui con un 17%, Mejía, cantón aledaño, con el 1.54%. Estos 3 conforman la mayoría de la demanda local.

3.1.1.2. PERFIL DEL TURISTA

a) Perfil del Turista Extranjero

El turista extranjero tiene en promedio 30 a 59 años, con predominación del sexo masculino con el 55%, en mayor medida viajan en grupos familiares de 3 y 4 personas.

PAÍS	LLEGADAS AL ECUADOR 2021
Estados Unidos	83716
Colombia	33828
España	22846
Perú	13027
Otros países del mundo	436589

Tabla 24: Perfil de turista extranjero
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

b) Perfil del turista nacional

Acorde con el estudio de *“Comportamiento del turismo a nivel nacional dado la nueva normalidad generada por la afectación del virus COVID-19”*, realizado por el Ministerio de Turismo en alianza con la Universidad Central del Ecuador y la participación de las universidades:

- ESPE,
- UIDE,
- Universidad Estatal Amazónica,
- Universidad Estatal de la Península de Santa Elena,

- UDLA,
- Universidad del Azuay,
- ESPOL,
- Universidad Metropolitana,
- ESPOCH,
- UTPL,
- Universidad Estatal de Bolívar,
- Universidad Politécnica Estatal de Carchi, y,
- Universidad Técnica de Machala.

El ecuatoriano prefiere viajar en familia es decir con un grupo de 3 a 4 personas, su destino preferido es la región Costa con 45% y la región andina le sigue con 12%, bajo la nueva normalidad del COVID-19.

GRUPO DE VIAJE	ESTANCIA PROMEDIO	DESTINO PREFERIDO	MOTIVACIÓN DE VIAJE
Familia: 53%	0 noches: 18%	Sol y playa: 45%	Protocolos de bioseguridad: 29%
Amigos: 18%	1 noche: 40%	Montaña: 12%	Confianza en el destino: 16%
Pareja: 18%	2-4 noches: 33%	Amazonía: 8%	Esparcimiento familiar: 12%
Solo: 9%	5 o más noches: 9%	Galápagos: 4%	Seguridad y servicios en el destino: 11%
Otros: 2%		Otros: 31%	Destino de viaje para fin de semana o feriado: 7%

Tabla 25: Perfil de turista

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

c) Perfil de turista local

El visitante de Quito es el predominante con 59.2 %, el grupo que sigue en asistencia es el del propio cantón Rumiñahui con 33.9%, la frecuencia de viaje es de un full day, los días de visita preferidos son los fines de semana, el tipo de turismo que motiva el viaje es el de gastronomía.

3.1.1.3. ANALISIS DE TENDENCIAS

Acorde al “Plan Institucional 2021 - 2025” del Ministerio de Turismo, han tomado en consideración las tendencias internacionales, dejando de lado el porcentaje de sol y playa, y, parques de temáticos, en vista que pueden estar contenidos en otras categorías, así se presenta 5 tipos de turismo como tendencia y priorización de esta cartera de estado:



Ilustración 18: Interés a nivel mundial
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

A continuación, se detalla la posición del cantón frente a las tendencias:

TENDENCIA	POSICIÓN DEL CANTÓN FRENTE A LA TENDENCIA
Aventura	Ciclorutas, paredes de escalada, cabalgatas, entre otras más, son las actividades que se puede realizar en el destino.
Salud	Centros de relajación Spa dentro de los complejos de alojamiento, así como recursos turísticos particulares forman la propuesta de este apartado.
Naturaleza	El sector rural es donde se concentra los atractivos y la propuesta de naturaleza, principalmente en la visita de los senderos a las cascadas de Cóndor Machay y Vilatuña.
Crucero	No se aplica al cantón.
Cultural	El Cantón Rumiñahui es rico en esta categoría de turismo, teniendo como principal atractivo su centro patrimonial, además de su propuesta artesanal y de espacios culturales.

Tabla 26: Análisis de tendencias
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

3.1.1.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El cantón Mejía y el cantón Quito, se consideran competencia directa, ya que se encuentran posicionados a nivel nacional e internacional teniendo actividades iguales a las de Rumiñahui y como la competencia indirecta está el cantón Cayambe y el cantón Pedro Vicente Maldonado al poseer actividades similares.

TIPO DE COMPETENCIA	TIPO DE TURISMO	NOMBRE	CANTÓN	UBICACIÓN	SERVICIOS	TARIFA
Directa	Ecoturismo	Molinuco	Quito	Parroquia de Pintag	Restaurante, pesca deportiva, ciclismo de montaña, cabalgatas, caminatas, camping	20 dólares por persona
		Reserva Ecológica el Pasochoa	Quito	Parroquia de Amaguaña	Caminatas, camping, restaurante	20 dólares por persona
		Reserva Orquideológica Pahuma	Quito	Parroquia de Calacalí	Restaurante, caminatas, rappel, camping	20 dólares por persona
		Reserva Geobotánica Pululahua	Quito	Mitad del mundo	Caminata, restaurante	20 dólares por persona
		Bosque protector Umbria y mirador Umbria	Mejía	Aloasí	Avistamientos, caminata	Entrada libre
		Cerro el Corazón	Mejía	Aloasí	Escalada, trekking,	Entrada

		Cascadas Verdes	Pedro Vicente Maldonado	Pedro Vicente Maldonado	camping Caminata, canopy	libre Entrada libre
		Balneario natural Caoní y Canelo	Pedro Vicente Maldonado	Recinto nueva aurora	Caminata, balneario, canopy, restaurante	Entrada libre
		Cascada Salto del Tigre	Pedro Vicente Maldonado	Pedro Vicente Maldonado	Caminata, balneario, restaurante	Entrada libre
Indirecta	Ecoturismo	Volcán Cayambe y reserva ecológica	Cayambe	Cayambe	Caminata, escalada, camping	20 dólares por persona
		Bosque Pumamaqui	Cayambe	Cayambe	Caminata	Entrada Libre
Directa	Cultural y religioso	Centro Histórico de Quito	Quito	Quito	Caminatas, tours, restaurante, artesanías	20 dólares por persona
		Ciudad mitad del mundo	Quito	Quito	Caminatas, tours, restaurante, artesanías	20 dólares por persona
		Paseo Procesional del Chagra	Mejía	Mejía	Caminatas, restaurantes, artesanías	Entrada libre
		Toros Populares	Mejía	Mejía	Caminatas, restaurantes, artesanías	Entrada libre
		Fiesta del Inti Raymi	Cayambe	Cayambe	Caminatas, restaurantes, artesanías	Entrada libre
		Fiestas de San Pedro y San Pablo	Cayambe	Cayambe	Caminatas, restaurantes, artesanías	Entrada libre
		Centro Intercultural Comunitario	P. V. Maldonado	Andoas	Música, danza, teatro, pintura, y confección de artesanías	Entrada libre
Directa	Gastronomía	Fritada	Quito	Quito	Restaurantes, ferias	5 dólares por persona
		Guata	Quito	Quito	Restaurantes, ferias	5 dólares por persona
		Yaguarlocro	Quito	Quito	Restaurantes, ferias	8 dólares por persona
		Papas con Cuero	Quito	Quito	Restaurantes, ferias	8 dólares por persona
		Cariucho	Cayambe	Cayambe	Restaurantes, ferias	8 dólares por persona
		Cuy Asado	Cayambe	Cayambe	Restaurantes, ferias	8 dólares por persona
		Los Cuyes de San Pedro del Murco	Mejía	Mejía	Restaurantes, ferias	10 dólares por persona
		Parrilladas	Mejía	Mejía	Restaurantes, ferias	15 dólares por persona
		Tilapia frita	P. V. Maldonado	Pedro Vicente Maldonado	Restaurantes, ferias	15 dólares por persona
Indirecto	Gastronomía	Ceviche de palmito	P. V. Maldonado	Pedro Vicente Maldonado	Restaurantes, ferias	8 dólares por persona
		Bizcochos	Cayambe	Cayambe	Restaurantes, ferias	3 dólares por persona
		El cocinado	Mejía	Mejía	Restaurantes, ferias	5 dólares por persona
		Quesadillas	Quito	Quito	Restaurantes, ferias	3 dólares por persona

Directo	Patrimonio	Centro Histórico	Quito	Quito	restaurantes, ferias, caminata, artesanías	Entrada Libre
		Centro histórico	Cayambe	Cayambe	Restaurantes, ferias, caminata, artesanías	Entrada Libre
		Centro histórico	Mejía	Mejía	Restaurantes, ferias, caminata, artesanías	Entrada Libre
Indirecto	Patrimonio	Paseo Procesional del Chagra	Mejía	Mejía	Restaurantes, ferias, caminata, artesanías	Entrada Libre

Tabla 27: Análisis de la competencia
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

La diferenciación del Cantón con su competencia directa e indirecta se centra en la cercanía con los centros de distribución turística en la ciudad de Quito, sus terminales tanto aéreas como terrestres. Para poder acceder al Cantón Rumiñahui desde la capital tomando como referencia el centro de la ciudad es de 30 minutos en vehículo particular.

El elemento diferenciador del cantón Rumiñahui es la gastronomía, que se ha convertido en el principal motivador de viaje hacia el destino, aquí existe una gran variedad de establecimientos de alimentos y bebidas, convirtiéndose luego del Cantón Quito en el catastro más grande de la provincia de Pichincha.

3.1.2. AMBIENTE INTERNO

3.1.2.1. MICROAMBIENTE INTERNO

a) Misión del GADMUR

Somos una organización de gobierno y servicio público local que promueve el desarrollo y bienestar integral de la comunidad de manera eficiente, honesta y responsable, involucrando la participación ciudadana en pro del bienestar común.

b) Visión del GADMUR

Al 2023 seremos un Gobierno Autónomo Descentralizado con un modelo de gestión administrativa moderna, efectiva, de calidad y excelencia amparado en mejores prácticas que garanticen la gestión técnica y articulada de los procesos, la participación de los usuarios internos y de la ciudadanía, la digitalización y la mejora continua; apalancando de esta manera todos los esfuerzos encaminados al desarrollo integral del cantón, al bienestar de la ciudadanía y a la mejora de la productividad, consolidando un entorno apto para invertir y vivir en armonía.

c) Objetivos institucionales

- Efectivizar la ejecución presupuestaria con la finalidad de garantizar el cumplimiento de planes y programas establecidos por la administración municipal.
- Agilizar los procedimientos de pago para apoyar a la efectividad de la ejecución

presupuestaria.

- Garantizar la recaudación oportuna de los tributos y obligaciones municipales que tienen los ciudadanos del cantón a través de una potenciada sistematización de cobranza y control de cartera;
- Garantizar la confiabilidad razonable de los registros financieros con el objeto de poder obtener información en tiempo real para la toma de decisiones oportunas.
- Impulsar el potencial turístico del cantón Rumiñahui, para posicionarlo como una prioridad turística que mejore la economía del cantón;
- Desarrollar nuevas políticas a favor del desarrollo local, considerando la protección y garantía en materia de derechos humanos, priorizando los elementos insertos en las Agencias Nacionales de Igualdad;
- Mejorar la prestación de servicios públicos en las diferentes parroquias del cantón; de acuerdo a las necesidades de la ciudadanía para garantizar el Buen Vivir;
- Desarrollar programas de capacitación con enfoque social y dirigidos hacia la comunidad del cantón, con la finalidad de establecer directrices que permitan a los ciudadanos conocer la Normativa Legal Vigente y la situación actual del cantón;
- Actualizar periódicamente el Plan Maestro de Gestión Ambiental Cantonal 2011 – 2020, con el fin de garantizar su buen uso a favor de la ciudadanía;
- Mejorar el nivel de satisfacción de la ciudadanía sobre la calidad de servicio de aseo y recolección de basura;
- Incrementar el nivel de seguridad en el cantón en relación a los delitos de mayor connotación: robo a personas, robo a domicilio, robo de vehículos, venta de drogas;
- Gestionar la administración por procesos en cada una de las dependencias municipales;
- Fortalecer la administración de talento humano y los subsistemas de gestión, con la finalidad de que permita el desarrollo personal y profesional con miras mejora de los servicios municipales;

- Mejorar la funcionalidad de la infraestructura municipal en base a los procesos de servicio al cliente

Efectivizar la comunicación institucional en base a buenas prácticas y medios adaptados a las necesidades;

- Lograr una cultura organizacional de clase mundial al servicio hacia el cliente interno y externo
- Lograr un gobierno digital con servicios tecnológicos
- Mejorar los actuales mecanismos de control de gestión para asegurar el cumplimiento de las metas institucionales, a través de herramientas de apoyo tecnológico.

d) Valores y principios

- Actitud política.
- Honradez.
- Honor y cooperación.
- Imparcialidad y criterio.
- Integridad.
- Justicia.
- Legalidad.
- Participación.
- Probidad.
- Prudencia y discreción.
- Solidaridad.

e) Capacidad financiera

En el ámbito económico, el GADMUR utiliza la mayor cantidad de sus recursos en la construcción de obras para dar condiciones dignas a sus habitantes, proveyendo de agua potable y alcantarillado principalmente.

En el caso de Turismo, existen rubros que anualmente son asignados para cumplir con las competencias de la dirección, pueden estar distribuidos en: difusión y promoción, señalética turística, actividades artísticas y culturales.

f) Organigrama estructural del GADMUR

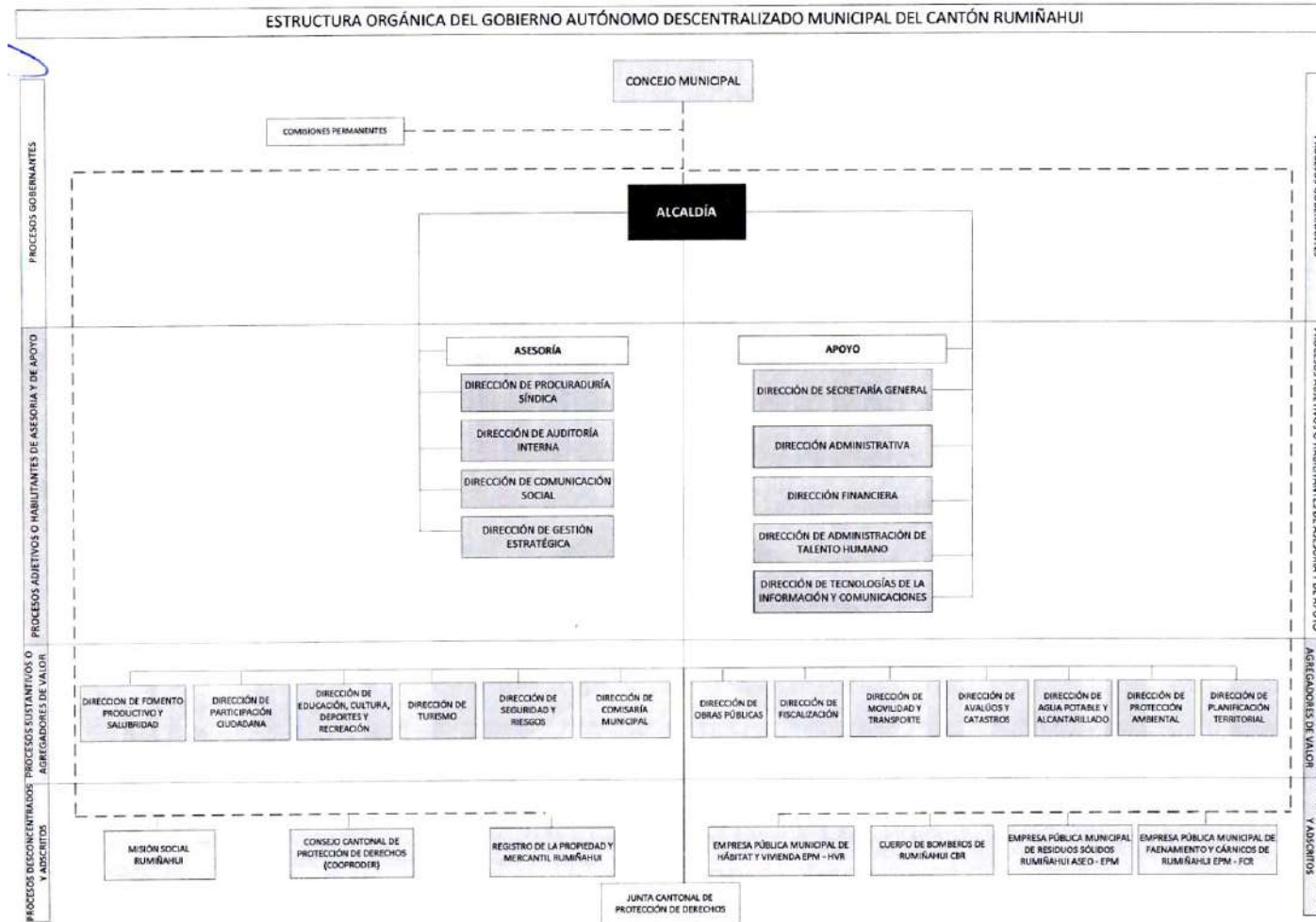


Ilustración 19: Estructura orgánica GADMUR. Fuente: Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos GADMUR 2020

g) Mapa de procesos GADMUR

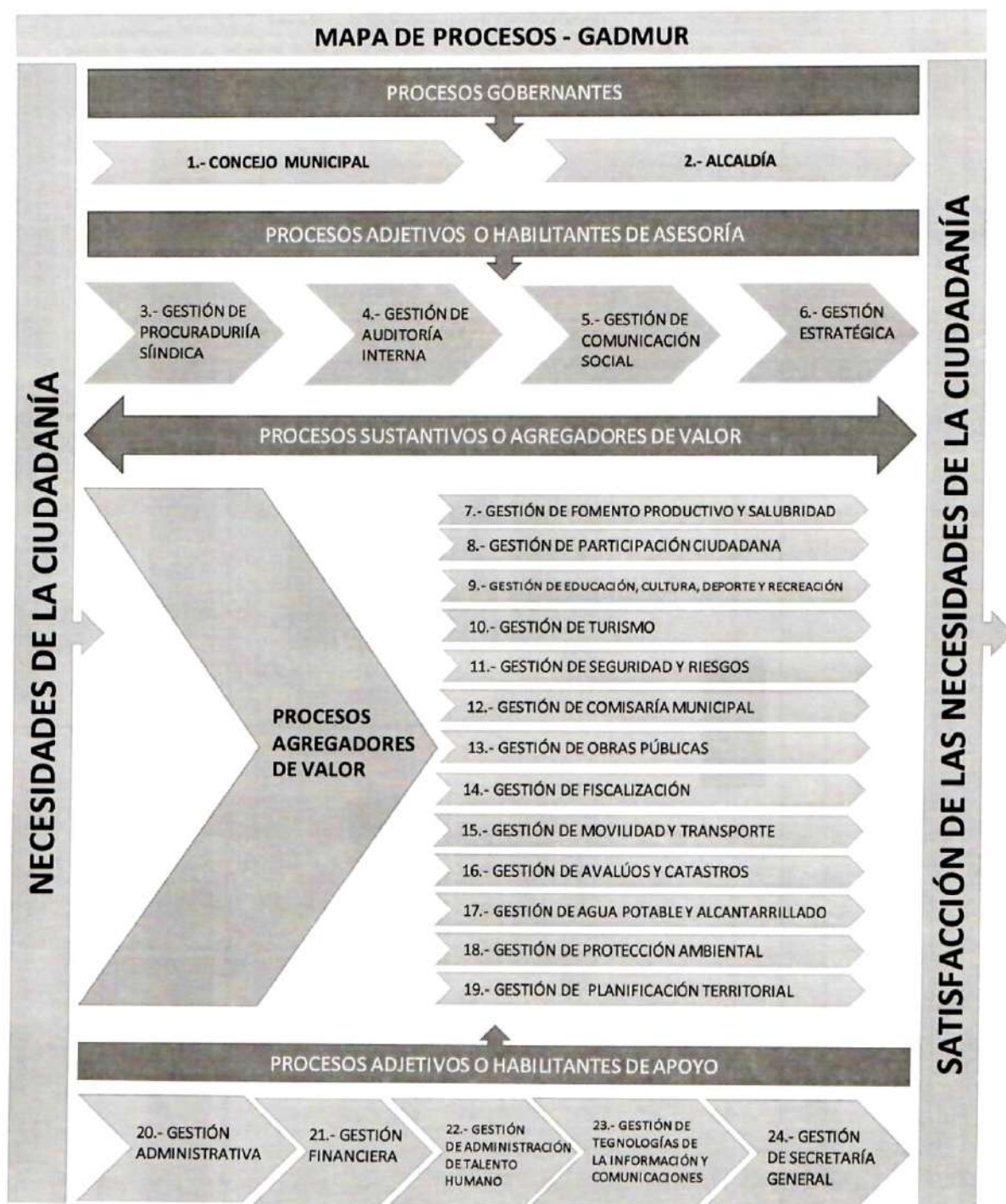


Ilustración 20: Mapa de procesos GADMUR
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

3.1.2.2. MICROAMBIENTE EXTENO (OFERTA)

El cantón Rumiñahui posee un conjunto de bienes, productos, y servicios que brindan al turista una experiencia turística de calidad. Posee atractivos naturales y culturales, dentro de las que se destaca su gastronomía y eventos culturales que se realizan en el mes de mayo y septiembre de cada año.

a) Atractivos

El cantón Rumiñahui cuenta con 26 atractivos aprobados por la autoridad nacional de turismo, de los que el equipo de la Dirección de Turismo seleccionó 14 atractivos turísticos siendo 13 culturales y 1 natural, la selección fue mediante la experticia y la afluencia de los turistas hacia los atractivos que se realizó mediante observación.

NOMBRE	TIPO DE ATRACTIVO
Fiesta del Maíz y del Turismo	Cultural
Mercado el Turismo	Cultural
Monumento Aya Huma	Cultural
Parque el Ejido	Cultural
Parque el Turismo	Cultural
Toros Populares	Cultural
Centro Cultural Villa Carmen	Cultural
Hornado Sangolquí	Cultural
Iglesia San Juan Bautista	Cultural
Monumento al Colibrí	Cultural
Plaza Central de Sangolquí	Cultural
Iglesia Señor de los dos puentes	Cultural
Parque Eduardo Kingman	Cultural
Cascada Cóndor Machay	Natural

Tabla 28: Consolidación de atractivos del GADMUR
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

b) Tipos de Turismo

Dentro del plan de desarrollo turístico del Cantón se identificaron 7 tipos de turismo:

1. Agroturismo
2. Turismo de naturaleza,
3. Turismo Cultural,
4. Turismo Gastronómico,
5. Turismo Patrimonial,
6. Turismo Religioso y,
7. Turismo Urbano.

Se consideró estos tipos de turismo por poseer recursos: culturales, naturales, tangibles e intangibles, tanto en la zona urbana como en la rural, que al potencializarlos servirán para el desarrollo turístico del cantón con el objetivo de dinamizar la economía y garantizar al turista nacional e internacional que su visita sea satisfactoria.

d) Planta Turística

La planta turística se encuentra distribuida por todo el cantón y, a su vez con las actividades, fomentan la dinamización local y brindan un buen servicio que coadyuvan al desarrollo con el buen trato al turista.

PRESTADORES DE SERVICIO	NÚMERO
Alojamiento	33 establecimientos
Alimentos y bebidas	312 establecimientos
Transporte	5 operadoras
Transporte Público	6 operadoras
Taxis	26 operadoras
Actividades Recreacionales	2 establecimientos
Intermediación	3 establecimientos

Tabla 29: Planta turística
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

El cantón tiene 33 establecimientos de alojamiento catastrados y con un total de 840 plazas que se estima son suficientes para que el turista pueda pernoctar además se cuenta con 426 establecimientos de alimentos y bebidas cubriendo 14.900 plazas. Hay 6 cooperativas de transporte público que cubren las necesidades de todos los habitantes, además 26 cooperativas de taxis con servicios de calidad. Por otra parte, se cuenta con 2 establecimientos para realizar actividades recreacionales además de espacios que sirven para eventos muy acorde a demandas.

e) Mercado

- **Mercado Total:** El panorama post-COVID-19, se plantea interesante para las áreas donde exista espacio libre en la ruralidad. El principal mercado del cual se debe obtener réditos es el local. Para esto se ha considerado como el mercado total los pobladores del cantón Rumiñahui sumados, los habitantes del cantón Quito, por su cercanía.
- **Mercado Potencial:** Por la conformación de un consolidado geográfico único, el Valle de los Chillos cuenta con la participación de varios habitantes que convergen en él, es así que ésta es la población potencial con la que contaría el destino Rumiñahui. Incluso en los últimos datos estadísticos levantados en el atractivo natural senderos de la cascada Cóndor Machay, se logró identificar aquello.
- **Mercado Meta:** La mayor cantidad de personas que decide viajar con las condiciones actuales pertenece al segmento de entre 16 a 25 años, que son el 51%, tomar también en cuenta un dato adicional, a nivel nacional la gente decide en su gran mayoría el destino playa, el destino de montaña o serranía está rodeando el 12%. Este segmento en promedio gasta de 20 a 50 USD diarios, su estancia no es prolongada en mayor parte es un full day, con un porcentaje de 70%.
- **Mercado Real:** Tomando en cuenta los datos de ingreso del sendero de las cascadas de Cóndor Machay y Vilatuña, al año 2019, se tiene que son 21733 personas, que visitaron el cantón. En este dato se encuentra también identificado que la mayor afluencia de visitantes llega desde la ciudad de Quito, se presume pueden ser de las parroquias aledañas al cantón Rumiñahui, que son las que circundan el Vale de los Chillos que son: Amaguaña, Conocoto, Guangopolo, La Merced, Alangasí, Pintag.

f) Demanda

- **Demanda Actual:** Se estima que son 21733 personas que visitaron el cantón Rumiñahui en el año 2019, por motivos de turismo en temporalidad excursión.
- **Demanda Potencial:** Basado en el documento de “Comportamiento del turismo a nivel nacional- Dada la nueva normalidad generada por la afectación del virus COVID-19”,

realizado por algunas universidades del país, en el mes de agosto de 2020, donde se reflejan las motivaciones de viaje y otros aspectos que se comparten en este apartado.

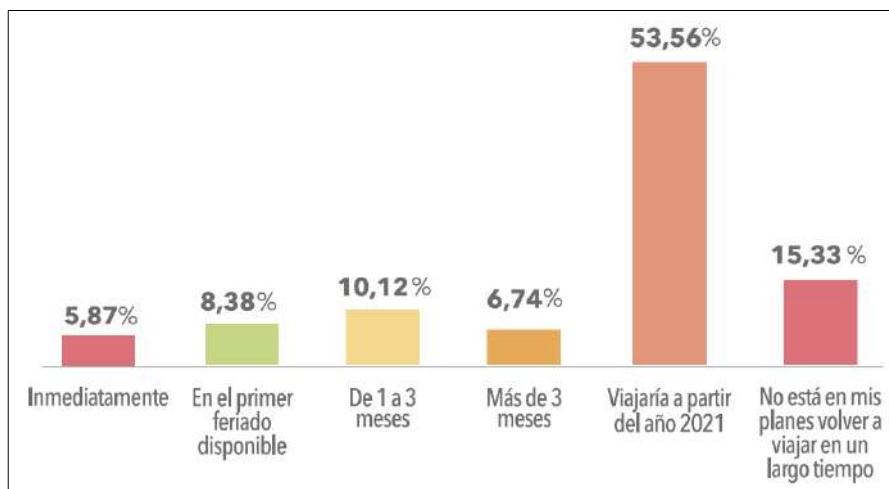


Ilustración 21: Decisión de viaje

Fuente: Comportamiento del turismo a nivel nacional- Dada la nueva normalidad generada por la afectación del virus COVID-19

Para el cálculo de la demanda potencial, se debe tomar el dato de aquellos que pretenden viajar desde 2021 que son el 53.56%, ubicarlo dentro del mercado escogido que es el PEA de los habitantes del Valle de los Chillos que son 103375 personas.

Demanda Potencial = 53.56% de 103375 = 55.368 personas.

- Demanda Diferida: Tomando en cuenta la nueva normalidad por la pandemia provocada por la COVID-19, existen personas que no viajarán en un futuro inmediato sino esperaran mejores condiciones, en el gráfico anterior se puede apreciar que las personas tomaran la decisión de viajar en un tiempo o esperando un acontecimiento de distención como un feriado. Estos porcentajes son: 8.38, 10.12 y 6.74, total suman 25.24%. Con el porcentaje mencionado se tiene:

Demanda Diferida = 25.24% de 103375 = 26.092 personas.

- No Demanda

Por último, aquellos que no pretenden salir en un largo tiempo son el 15.33%

No demanda = 15.33% de 103375 = 15.506 personas

g) Productos Turísticos

Atractivo	Planta / equipamiento turístico	Planta / equipamiento turístico a incorporar	Costo aproximado	Facilidades / infraestructura	Facilidades / Infraestructura a incorporar	Costo aproximado	Accesibilidad con la que cuenta	Accesibilidad a incorporar	Costo aproximado	Carretera	Medios de acceso	Monto por producto
Ruta Intercantonal Rumiñahui – Mejía	Aula de capacitación	Centro de información	\$ 50000	Señalética Turística	Mejorar Señalética turística todo el trayecto	\$ 5000	Camino empedrado	Asfaltado	Competencia GAD DE PICHINCHA	Avenida de los volcanes desde Rumipamba al Pedregal en Mejía	Camioneta 4x4, motocicleta	\$ 55000
Ciclo Ruta Cotogchoa - Rumipamba	Ninguna	Ninguna	N/A	N/A	Señalética turística todo el trayecto	\$ 5000	Camino empedrado	Ninguna	N/A	Vía entre Cotogchoa y Rumipamba	Camioneta 4x4, ranchera, taxi, auto, motocicleta, bicicleta	\$ 5000
Ruta de las Huecas de Rumiñahui	Ninguna	N/A	N/A	Plataformas digitales	Mapeo digital	N/A	Calles adoquinadas y avenidas asfaltadas	N/A	N/A	Principales calles y avenidas del cantón	Peatonal y vehicular	N/A

Tabla 30: Matriz de diseño de productos turísticos
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

CONCLUSIONES

- Como resultado de este estudio de mercado, se podrán establecer de manera específica las estrategias que son las que van a ser de utilidad para posicionar el destino turístico Rumiñahui.
- Los parámetros de comportamiento se los comparó con aquellos del estudio interuniversitario realizado en agosto y septiembre 2020, dando resultados muy similares.
- Las redes sociales son un puntal para el cumplimiento del presente Plan de Marketing, ya que, son las más utilizadas por los encuestados.
- El mercado local representado por la población del Valle de los Chillos, debe ser el principal objetivo de las acciones que se emprendan y planifiquen desde la consecución de este documento.

4. ANÁLISIS FODA

Tomando en cuenta el análisis FODA realizado a finales del año 2019 para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Cantonal donde participaron cada uno de los grupos actores de la actividad turística del cantón, se ha consolidó esta información actualizando ciertos parámetros de ser el caso en la siguiente tabla:

ENTORNO INTERNO			
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)		
1. Personal con experiencia y profesionalización en Turismo	1.	Contaminación ambiental visual, auditiva.	
2. Rumiñahui patrimonial	2.	Carencia de una ordenanza de gestión turística actualizada.	
3. Destino gastronómico	3.	Desorganización de nuevos servicios turísticos.	
4. Clima privilegiado	4.	Feriantes informales.	
5. Declaratoria de Pueblo Mágico	5.	Carencia de identidad.	
6. Ubicación geográfica	6.	Carencia de información.	
7. Centros de educación superior	7.	Material publicitario desactualizado.	
8. Conocimiento de clientes	8.	Vías hacia los atractivos en mal estado.	
9. Implementación de parque industrial	9.	Carencia de parqueaderos.	
10. Variedad de establecimientos	10.	Carencia de presupuesto para proyectos turísticos.	
ENTORNO EXTERNO			
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)		
1. Apoyo y convenios con la academia.	1.	Delincuencia e inseguridad.	
2. Cercanía al aeropuerto.	2.	Erupción volcánica del Cotopaxi.	
3. Crecimiento poblacional.	3.	Pandemia por COVID 19.	
4. Avance tecnológico.	4.	Carencia de fuentes de trabajo.	
5. Publicidad para los establecimientos.	5.	Cambios tributarios.	
6. Existen ordenanzas tipo de turismo.	6.	Turistas se dirigen a otros destinos.	
7. Interés de gestores turísticos y culturales con los GADM.	7.	Daño ambiental.	
8. Atractivos nacionales cercanos.	8.	Problema social de alcohol y droga.	
9. Certificaciones internacionales.	9.	Crisis económica.	
10. Vista privilegiada de la ruta de los volcanes.	10.	Migración.	

Tabla 31: Matriz FODA

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

ENTORNO INTERNO	
DENOMINACION	CLASIFICACION
Debilidad menor	1
Debilidad importante	2
Fortaleza menor	3
Fortaleza importante	4
ENTORNO EXTERNO	
DENOMINACION	CLASIFICACION
Amenaza menor	1
Amenaza importante	2
Oportunidad menor	3
Oportunidad importante	4

Tabla 32: Matriz de clasificación de ponderaciones

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

ENTORNO INTERNO			
FORTALEZAS (F)	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1. Personal con experiencia y profesionalización en Turismo	0,10	4	0,40
2. Rumiñahui patrimonial	0,05	4	0,20
3. Destino gastronómico	0,05	4	0,20
4. Clima privilegiado	0,05	4	0,20
5. Declaratoria de Pueblo Mágico	0,10	4	0,40
6. Ubicación geográfica	0,04	3	0,12
7. Centros de educación superior	0,03	3	0,09
8. Conocimiento de clientes	0,03	3	0,09
9. Implementación de parque industrial	0,02	3	0,06
10. Variedad de establecimientos	0,03	4	0,12

DEBILIDADES (D)	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1. Contaminación ambiental visual, auditiva.	0,05	1	0,05
2. Carencia de una ordenanza de gestión turística actualizada.	0,10	2	0,20
3. Desorganización de nuevos servicios turísticos.	0,03	2	0,06
4. Feriantes informales.	0,03	2	0,06
5. Carencia de identidad.	0,10	2	0,20
6. Carencia de información.	0,03	1	0,03
7. Material publicitario desactualizado.	0,05	1	0,05
8. Vías hacia los atractivos en mal estado.	0,03	2	0,06
9. Carencia de parqueaderos.	0,03	2	0,06
10. Carencia de presupuesto para proyectos turísticos.	0,05	2	0,10
	1		2,75

Tabla 33: Ponderación de síntesis FODA entorno interno
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

ENTORNO EXTERNO			
OPORTUNIDADES (O)	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1. Apoyo y convenios con la academia.	0,03	3	0,09
2. Cercanía al aeropuerto.	0,05	4	0,10
3. Crecimiento poblacional.	0,08	3	0,24
4. Avance tecnológico.	0,10	4	0,40
5. Publicidad para los establecimientos.	0,03	3	0,12
6. Existen ordenanzas tipo de turismo.	0,10	4	0,40
7. Interés de gestores turísticos y culturales con los GADM.	0,03	3	0,09
8. Atractivos nacionales cercanos.	0,03	3	0,09
9. Certificaciones internacionales.	0,02	3	0,06
10. Vista privilegiada de la ruta de los volcanes.	0,03	3	0,09
AMENAZAS (A)	VALOR	CLASIFICACION	VALOR PONDERADO
1. Delincuencia e inseguridad.	0,10	2	0,20
2. Erupción volcánica del Cotopaxi.	0,05	2	0,10
3. Pandemia por COVID 19.	0,10	2	0,20
4. Carencia de fuentes de trabajo.	0,03	1	0,03
5. Cambios tributarios.	0,03	1	0,03
6. Turistas se dirigen a otros destinos.	0,03	1	0,03
7. Daño ambiental.	0,03	1	0,03
8. Problema social de alcohol y droga.	0,05	2	0,10
9. Crisis económica.	0,03	1	0,03
10. Migración.	0,05	2	0,10
	1		2,53

Tabla 34: Ponderación de síntesis FODA entorno externo
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022



Ilustración 22: Matriz interna y externa del Cantón Rumiñahui
Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

5. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

5.1. CRUCE DE VARIABLES

FORTALEZAS (F)		DEBILIDADES (D)		
1.	Personal con experiencia y profesionalización en Turismo	1.	Contaminación ambiental visual, auditiva.	
2.	Rumiñahui patrimonial	2.	Carencia de una ordenanza de gestión turística actualizada.	
3.	Destino gastronómico	3.	Desorganización de nuevos servicios turísticos.	
4.	Clima privilegiado	4.	Feriantes informales.	
5.	Declaratoria de Pueblo Mágico	5.	Carencia de identidad.	
6.	Ubicación geográfica	6.	Carencia de información.	
7.	Centros de educación superior	7.	Material publicitario desactualizado.	
8.	Conocimiento de clientes	8.	Vías hacia los atractivos en mal estado.	
9.	Implementación de parque industrial	9.	Carencia de parqueaderos.	
10.	Variedad de establecimientos	10.	Carencia de presupuesto para proyectos turísticos.	
OPORTUNIDADES (O)		ESTRATEGIAS (FO)		
1.	Apoyo y convenios con la academia.	<p>Realizar campañas de promoción turística en el aeropuerto aprovechando que Rumiñahui es pueblo mágico, patrimonial y posee gastronomía única. (F2, F3, F4, F5, F6, F8, O2, O3, O4, O5)</p> <p>Establecer convenios interinstitucionales con los centros de educación superior y hermanamientos con GADM para el desarrollo de nuevas rutas turísticas que incluyan atractivos turísticos cercanos de interés nacional. (F1, F7, F9, O1, O6, O7, O8, O10)</p> <p>Certificar internacionalmente a los prestadores de servicios turísticos (O9, F10)</p>	ESTRATEGIAS (DO)	
2.	Cercanía al aeropuerto.		Actualización de la Ordenanza de Gestión Turística del cantón Rumiñahui. (D1, D2, D3, D4, D8, D9, D10, O3, O6, O9)	
3.	Crecimiento poblacional.		Socializar e informar a través de redes sociales del GADM y socios estratégicos sobre servicios turísticos, atractivos, accesibilidad y noticias de interés del cantón. (D5, D6, O2, O4, O1, O7)	
4.	Avance tecnológico.		Elaboración de material publicitario turístico actualizado del cantón en formato físico y digital para difundir en los puntos de información permanentes y ferias. (D7, O5, O8, O10)	
5.	Publicidad para los establecimientos.			
6.	Existen ordenanzas tipo de turismo.			
7.	Interés de gestores turísticos y culturales con los GADM.			
8.	Atractivos nacionales cercanos.			
9.	Certificaciones internacionales.			
10.	Vista privilegiada de la ruta de los volcanes.			
AMENAZAS (A)		ESTRATEGIAS (FA)		
1.	Delincuencia e inseguridad.	<p>Fomentar la conservación del centro histórico promoviendo el cumplimiento de las ordenanzas municipales. (F2, F9, A8)</p> <p>Diseñar un Plan de Contingencia con la participación del COE cantonal y demás actores ante amenazas naturales y antrópicas que pongan en riesgo el desarrollo de la actividad turística. (F4, F6, F8, F7, A2, A3, A7)</p> <p>Fortalecer el trabajo interinstitucional con organismos vinculados al orden y seguridad ciudadana y tributaria para el desarrollo de la actividad turística. (F1, A5, A1)</p> <p>Utilizar la declaratoria de pueblo mágico y el reconocimiento gastronómico del cantón para incrementar el número de visitantes al cantón (A6, F5, F3)</p> <p>Crear alianzas estratégicas con la variedad de establecimientos para crear el programa "mi primer empleo turístico" (A4, A10, A9, F10)</p>	ESTRATEGIAS (DA)	
2.	Erupción volcánica del Cotopaxi.		Coordinar con las áreas competentes el estricto cumplimiento de las ordenanzas municipales en el espacio público de los atractivos turísticos. (D1, D2, A1, A3, A7, A8)	
3.	Pandemia por COVID 19.		Realizar campañas de promoción acerca de las tradiciones y cultura del destino Rumiñahui, impulsando el cuidado del entorno, para motivar la visita de turistas (D5, D6, D7, A2, A6)	
4.	Carencia de fuentes de trabajo.		Capacitar a los prestadores de servicios turísticos sobre cómo mejorar su oferta turística (A5, D3, D4,	
5.	Cambios tributarios.		Crear alianzas con actores públicos o cooperación internacional para mejorar las instalaciones e infraestructura de los principales atractivos del cantón (A9, A10, A4, D8, D9, D10)	
6.	Turistas se dirigen a otros destinos.			
7.	Daño ambiental.			
8.	Problema social de alcohol y droga.			
9.	Crisis económica.			
10.	Migración.			

Tabla 35: Estrategias FODA **Elaborado por:** Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

5.2. OBJETIVO GENERAL DEL PLAN

Posicionar la imagen del cantón Rumiñahui durante los próximos 2 años en el mercado local del Valle de los Chillos.

5.3. ESTRATEGIAS

1. Realización de campañas de promoción turística en el aeropuerto aprovechando que Rumiñahui es pueblo mágico, patrimonial y posee gastronómica única.
2. Establecimiento de convenios interinstitucionales con los centros de educación superior y hermanamientos con GADM para el desarrollo de nuevas rutas turísticas que incluyan atractivos turísticos cercanos de interés nacional.
3. Certificación internacional a los prestadores de servicios turísticos.
4. Fomento de la conservación del centro histórico promoviendo el cumplimiento de las ordenanzas municipales.
5. Diseño de un Plan de Contingencia con la participación del COE cantonal y demás actores ante amenazas naturales y antrópicas que pongan en riesgo el desarrollo de la actividad turística.
6. Fortalecimiento del trabajo interinstitucional con organismos vinculados al orden y seguridad ciudadana y tributaria para el desarrollo de la actividad turística.
7. Utilización de la declaratoria de pueblo mágico y el reconocimiento gastronómico del cantón para incrementar el número de visitantes al cantón.
8. Creación de alianzas estratégicas con la variedad de establecimientos para crear el programa "mi primer empleo turístico".
9. Actualización de la Ordenanza de Gestión Turística del cantón Rumiñahui.
10. Socialización e información a través de redes sociales del GADM y socios estratégicos sobre servicios turísticos, atractivos, accesibilidad y noticias de interés del cantón.
11. Elaboración de material publicitario turístico actualizado del cantón en formato físico y digital para difundir en los puntos de información permanentes y ferias.
12. Coordinación con las áreas competentes el estricto cumplimiento de las ordenanzas municipales en el espacio público de los atractivos turísticos.
13. Realización campañas de promoción acerca de las tradiciones y cultura del destino Rumiñahui, impulsando el cuidado del entorno, para motivar la visita de turistas.
14. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos sobre cómo mejorar su oferta turística.
15. Creación alianzas con actores públicos o cooperación internacional para mejorar las instalaciones e infraestructura de los principales atractivos del cantón.

5.3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LAS ESTRATEGIAS

- Elaborar campañas de promoción turística para exponer las bondades del destino turístico Rumiñahui.

- Elaborar convenios con centros de educación superior para crear nuevas rutas turísticas dentro del cantón.
- Establecer hermanamientos con GADM cercanos para crear rutas turísticas regionales.
- Establecer un convenio con una institución que brinde una certificación internacional para los prestadores de servicios turísticos.
- Impulsar la conservación del centro histórico a través de la gestión municipal de todas las áreas competentes.
- Participar en la elaboración del plan de contingencia cantonal para que se incluya la actividad turística como una de áreas participantes.
- Promover el control de los actores de la actividad turística.
- Promover el destino turístico Rumiñahui basado en la declaratoria de pueblo mágico y su elemento diferenciador gastronómico.
- Crear alianza con establecimientos turísticos del cantón para promover el trabajo calificado en el cantón.
- Actualizar la ordenanza de gestión turística que tiene el cantón Rumiñahui.
- Mantener actualizadas las redes sociales de la dirección de turismo con información relevante de los atractivos turísticos del cantón.
- Creación de material publicitario turístico actualizado para difundir en los puntos de información del cantón.
- Impulsar el control de espacio público con las diferentes áreas competentes de la municipalidad.
- Realizar una campaña promoviendo las tradiciones y cultura del cantón Rumiñahui.
- Brindar capacitaciones en temas de interés requeridos por los prestadores de servicios turísticos.
- Elaboración de acuerdos con instituciones para el cuidado de los principales atractivos del cantón.

5.3.2. METAS

- Al 2024 aumentar el número de turistas al cantón Rumiñahui en un 5%.
- Al 2024, Rumiñahui tendrá 3 rutas turísticas locales.
- Al 2024, Rumiñahui estará en 2 rutas turísticas regionales.
- 50% de la planta turística con certificación internacional para el 2024.
- Retiro de material publicitario sin normativa al 2023.
- Un plan de contingencia contra amenazas naturales y antrópicas para el desarrollo de la actividad turística al año 2024.
- Al menos 2 jornadas de inspecciones junto al personal competente en seguridad ciudadana y materia tributaria en el año 2023.
- Utilización de la imagen de Pueblo Mágico en todo el material publicitario.

- Base de datos con información de plazas de trabajo en los diferentes establecimientos turísticos del cantón al año 2024.
- Ordenanza de Gestión Turística al año 2023.
- Elaboración de una estrategia de redes sociales mensual para difusión de contenido de interés.
- 10000 ítems de material publicitario turístico adquiridos al año 2023.
- Inspecciones periódicas de control de espacio público con las diferentes áreas de la municipalidad.
- Más de 100K vistas en redes sociales al año 2024.
- Al menos el 50% de la planta turística del cantón capacitada en temas que impulsen el mejoramiento de la oferta turística al año 2024.
- Convenios con instituciones para el cuidado de los 4 principales monumentos del cantón al año 2024.

5.3.3. BENEFICIARIOS

- 418 prestadores de servicios turísticos del cantón.
- 120.000 habitantes.
- La demanda real de turistas es de 103.375.
- La demanda potencial de turistas es de 55.368.

5.4. PLAN DE ACCIÓN

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS	ACCIONES	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN			INDICADOR	PRESUPUESTO	RESPONSABLES
				2022	2023	2024			
1. Realización de campañas de promoción turística en el aeropuerto aprovechando que Rumiñahui es pueblo mágico, patrimonial y posee gastronómica única.	Elaborar campañas de promoción turística para exponer las bondades del destino turístico Rumiñahui	Al 2024 aumentar el número de turistas al cantón Rumiñahui en un 5%	Elaborar la estrategia de comunicación	x			Una estrategia de comunicación	Autogestión	Dirección de Turismo
			Elaborar los términos de referencia		x		1 proceso de compras públicas	Autogestión	Dirección de Turismo
			Diseñar los artes		x		Al menos 1 diseño para una gigantografía	Autogestión	Dirección de Comunicación
			Adquisición y colocación de material publicitario para la campaña		x		1 valla o medio de comunicación contratado	\$30.000	Dirección de Turismo
2. Establecimiento de convenios interinstitucionales con los centros de educación superior y hermanamientos con GADM para el desarrollo de nuevas rutas turísticas que incluyan atractivos turísticos cercanos de interés nacional.	Elaborar convenios con centros de educación superior para crear nuevas rutas turísticas dentro del cantón	Al 2024, Rumiñahui tendrá 3 rutas turísticas locales	Identificar centros de educación superior con facultades de turismo	x			1 informe de los centros de educación superior con facultades de turismo	Autogestión	GADM
			Selección de los centros de educación superior	x			Al menos 1 centros de educación superior con facultades de turismo seleccionados	Autogestión	GADM Rumiñahui
			Reunión con los centros de educación superior	x			Al menos una reunión realizada	Autogestión	GADM Rumiñahui Centros de educación superior
			Elaboración del convenio	x			1 convenio elaborado	Autogestión	GADM Rumiñahui Centros de educación superior
			Firma del convenio	x			1 convenio firmado	Autogestión	GADM Rumiñahui Centros de educación superior
			Ejecución del convenio		x	x	Informe de ejecución del convenio	Por determinar	GADM Rumiñahui Centros de educación superior
	Establecer hermanamientos con GADM cercanos para crear rutas turísticas regionales	Al 2024, Rumiñahui estará en 2 rutas turísticas regionales	Identificar los GADM interesados en crear rutas turísticas regionales	x			1 informe de los GADM interesados en crear rutas turísticas regionales	Autogestión	GADM Rumiñahui Otros GADM
			Selección de los GADM	x			Al menos 2 GADM seleccionados	Autogestión	GADM Rumiñahui
			Reunión con los GADM	x			Al menos una reunión realizada	Autogestión	Otros GADM
			Elaboración de una carta de intención	x			1 carta de intención elaborada	Autogestión	GADM Rumiñahui
			Firma de la carta de intención	x			1 carta de intención firmada	Autogestión	Otros GADM
			Ejecución de la carta de intención		x	x	Informe de ejecución de la carta de intención	Por determinar	GADM Rumiñahui
3. Certificación internacional a los prestadores de servicios turísticos.	Establecer un convenio con una institución que brinde una certificación internacional para los prestadores de servicios turísticos	50% de la planta turística con certificación internacional para el 2024	Identificar necesidades a través de un levantamiento de información con los prestadores de servicios turísticos	x			Tabulación de resultados del levantamiento de información	Autogestión	Dirección de Turismo
			Búsqueda de instituciones que tengan certificaciones acordadas a necesidades	x			Informe técnico acerca de las instituciones que pueden brindar las certificaciones internacionales	Autogestión	Dirección de Turismo

			Acuerdo de cooperación interinstitucional		x		Acuerdo firmado entre la institución certificadora y el GADM Rumiñahui	Autogestión	GADM Rumiñahui e institución certificadora
			Realización de capacitaciones para las certificaciones		x		Jornadas de capacitación para los prestadores de servicios turísticos	Por determinar	Institución certificadora
			Certificación de establecimientos aprobados		x		Entrega de certificaciones a los establecimientos participantes	Por determinar	GADM Rumiñahui e institución certificadora
4. Fomento de la conservación del centro histórico promoviendo el cumplimiento de las ordenanzas municipales.	Impulsar la conservación del centro histórico a través de la gestión municipal de todas las áreas competentes	Retiro de material publicitario sin normativa al 2023	Solicitud de cumplimiento de la ordenanza 002-2012 por parte del área competente en lo correspondiente a los rótulos que se colocan en el centro patrimonial	X			Memorando de solicitud dirigido al área de patrimonio	Autogestión	Dirección de Turismo
			Levantamiento de información acerca de los predios que son susceptibles del cumplimiento de la ordenanza	X			Datos de referencia de los predios con mapeos	Autogestión	Dirección de Planificación Territorial
			Socialización de la ordenanza 002-2012 en lo correspondiente a la colocación de rótulos en el centro histórico	x			Jornada de socialización con los dueños de los predios a intervenir	Autogestión	Dirección de Planificación Territorial
			Retiro de rótulos sin normativa por parte de la ciudadanía		X		Centro patrimonial limpio en cumplimiento a la ordenanza 002-2012	Autogestión	Ciudadanía
5. Diseño de un Plan de Contingencia con la participación del COE cantonal y demás actores ante amenazas naturales y antrópicas que pongan en riesgo el desarrollo de la actividad turística.	Participar en la elaboración del Plan de contingencia cantonal para que se incluya la actividad turística como una de áreas participantes	Un plan de contingencia contra amenazas naturales y antrópicas para el desarrollo de la actividad turística al año 2024	Realizar la convocatoria para elaborar un plan de contingencia con los actores involucrados		X		Elaborar las invitaciones a los actores involucrados.	Autogestión	Dirección de Turismo
			Hacer mesas de trabajo para elaborar el plan de contingencia con los actores		X		Coordinar la logística total para las mesas de trabajo para elaborar el plan de contingencia	Autogestión	Dirección de Turismo
			Elaborar el plan de contingencia		x		1 plan de contingencia terminado	Autogestión	Áreas competentes GADM Rumiñahui
			Socializar el plan de contingencia terminado		x		Invitaciones para la Socialización	Autogestión	Dirección de Turismo
			Entregar el plan de contingencia a la Dirección de Riesgos		x		Elaboración de Memo para la Dirección de Riesgos	Autogestión	Dirección de Turismo
			Participar en la elaboración del plan de contingencia cantonal			x	Elaboración de Memo de interés de participar en la elaboración del plan de contingencias cantonal	Autogestión	Áreas competentes GADM Rumiñahui

6. Fortalecimiento del trabajo interinstitucional con organismos vinculados al orden y seguridad ciudadana y tributaria para el desarrollo de la actividad turística.	Promover el control de los actores de la actividad turística	Al menos 2 jornadas de inspecciones junto al personal competente en seguridad ciudadana y materia tributaria en el año 2023	Reunión de trabajo con los actores involucrados		X		Elaboración de invitación	Autogestión	Dirección de Turismo Comisaría Municipal Actores vinculados al orden y seguridad ciudadana y tributaria
			Elaboración del Cronograma de inspecciones		X		Matriz de inspecciones	Autogestión	
			Reunión de socialización		X		Cronograma elaborado	Autogestión	
			Aprobación del cronograma de inspecciones		x		Memo de aprobación del cronograma de inspecciones	Autogestión	
7. Utilización de la declaratoria de pueblo mágico y el reconocimiento gastronómico del cantón para incrementar el número de visitantes al cantón.	Promover el destino turístico Rumiñahui basado en la declaratoria de Pueblo Mágico y su elemento diferenciador gastronómico	Utilización de la imagen de Pueblo Mágico en todo el material publicitario	Socialización con área de comunicación social	x			Memorando	Autogestión	Dirección de Turismo
			Reunión de coordinación		x		Informe de reunión	Autogestión	Dirección de Turismo
8. Creación de alianzas estratégicas con la variedad de establecimientos para crear el programa "mi primer empleo turístico".	Crear alianza con establecimientos turísticos del cantón para promover el trabajo calificado en el cantón	Base de datos con información de plazas de trabajo en los diferentes establecimientos turísticos del cantón al año 2024	Socialización con los prestadores turísticos.		x		2 reuniones de trabajo	Autogestión	Dirección de Turismo
			Sondeo de establecimientos que deseen ser parte del programa "mi primer empleo turístico".		X		1 informe técnico	Autogestión	Dirección de Turismo
			Creación de un convenio con los prestadores turísticos		X		1 convenio elaborado y firmado	Autogestión	Dirección de Turismo
			Recepción y envío de carpetas a los establecimientos las vacantes existentes (mediante correo electrónico de la Dirección de Turismo)		X		Base de datos	Autogestión	Dirección de Turismo
9. Actualización de la Ordenanza de Gestión Turística del cantón Rumiñahui.	Actualizar la ordenanza de gestión turística que tiene el cantón Rumiñahui	Ordenanza de gestión turística para el cantón Rumiñahui al año 2023	Elaboración de proyecto de Ordenanza de Gestión Turística del Cantón Rumiñahui	X			Proyecto de Ordenanza de Gestión Turística	Autogestión	Dirección de Turismo
			Socialización del proyecto de ordenanza con las áreas correspondientes		x		Reunión de trabajo para tratar el proyecto de gestión turística	Autogestión	Dirección de Turismo
			Corrección del proyecto de ordenanza		X		Memorandos de las diferentes áreas competentes en el proyecto de ordenanza de gestión turística	Autogestión	Direcciones municipales competentes

			Envío de proyecto de ordenanza de gestión turística a la comisión de legislación del GADM Rumiñahui	X			Informe técnico con el justificativo y anexos de reunión y aprobación por las demás áreas correspondientes	Autogestión	Dirección de Turismo
			Debate y aprobación de la ordenanza de gestión turística	x			Ordenanza de Gestión Turística aprobada	Autogestión	Concejo Municipal
10. Socialización e información a través de redes sociales del GADM y socios estratégicos sobre servicios turísticos, atractivos, accesibilidad y noticias de interés del cantón.	Mantener actualizadas las redes sociales de la Dirección de Turismo con información relevante de los atractivos turísticos del cantón	Elaboración de una estrategia de redes sociales mensual para difusión de contenido de interés	Elaboración de proceso de estrategia de redes sociales	x			Estrategia aprobada	Autogestión	Dirección de Turismo
			Aprobación de publicaciones tentativas	x	x	x	Correos de aprobación	Autogestión	Dirección de Comunicación Social
			Levantamiento de información semanal para las publicaciones	x	x	x	Publicaciones realizadas	Autogestión	Direcciones municipales competentes
11. Elaboración de material publicitario turístico actualizado del cantón en formato físico y digital para difundir en los puntos de información permanentes y ferias.	Creación de material publicitario turístico actualizado para difundir en los puntos de información del cantón	10000 ítems de material publicitario turístico adquiridos al año 2023	Recolección de información turística	x			Base de datos de información	Autogestión	Dirección de Turismo
			Elaboración de diseños de material turístico	x			Diseños terminados	Autogestión	Dirección de Comunicación Social
			Elaboración de Términos de Referencia para compras públicas			x	Términos de referencia	Autogestión	Dirección de Turismo
			Adquisición de material publicitario			x	Material adquirido	25000	Dirección Administrativa
12. Coordinación con las áreas competentes el estricto cumplimiento de las ordenanzas municipales en el espacio público de los atractivos turísticos.	Impulsar el control de espacio público con las diferentes áreas competentes de la municipalidad	Inspecciones periódicas de control de espacio público con las diferentes áreas de la municipalidad	Socialización de normativas municipales	X			Campaña de socialización en medios de comunicación	Autogestión	Dirección de Comunicación Social
			Creación de equipo multidisciplinario de control	X			Equipo multidisciplinario con funciones	Autogestión	Direcciones municipales competentes
			Reuniones de trabajo	x			Actas de reunión	Autogestión	Direcciones municipales competentes
			Cronograma de inspecciones			X	Cronograma de inspecciones	Autogestión	Direcciones municipales competentes
			Verificación de resultados y toma de estrategias			x	Informes de resultados	Autogestión	Direcciones municipales competentes
13. Realización de campañas de promoción acerca de las tradiciones y cultura del destino Rumiñahui, impulsando el cuidado del entorno, para motivar la visita de turistas.	Realizar una campaña promoviendo las tradiciones y cultura del cantón Rumiñahui	Más de 100K vistas en redes sociales al año 2024	Productos turísticos culturales para la dinamización urbana y rural del cantón.	x	X		Dos Rutas turísticas por el centro histórico de la ciudad Dos Festivales culturales	Por determinar	Dirección de Turismo
			Eventos y festividades	X	x		Dos proyectos culturales, patrimonial, gastronómico y/o religiosos.	Por determinar	Dirección de Turismo
			Zonas turísticas a dinamizar	X	X		Una intervención urbanística que apoye al desarrollo de la	Por determinar	Dirección de Turismo

							denominación de pueblo mágico		
14. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos sobre cómo mejorar su oferta turística.	Brindar capacitaciones en temas de interés requeridos por los prestadores de servicios turísticos	Al menos el 50% de la planta turística del cantón capacitada en temas que impulsen el mejoramiento de la oferta turística al año 2024	Ejecutar suscripción de convenios con instituciones de educación superior y/o entidades públicas	X			1 convenio	Autogestión	Dirección de Turismo Entidades públicas
			Establecer una socialización con los representantes de la actividad económica para definir temas de interés.		X		2 reuniones de trabajo	Autogestión	Dirección de Turismo Entidades públicas comunidad
			Gestionar con las entidades, hojas de ruta con los temas que se trabajarían.		X		1 informe técnico con los temas aprobados en conjunto	Autogestión	Dirección de Turismo Entidades públicas
			Trabajar 2 temas de capacitación trimestralmente		x		4 informes técnicos	Autogestión	Dirección de Turismo
15. Creación de alianzas con actores públicos o cooperación internacional para mejorar las instalaciones e infraestructura de los principales atractivos del cantón.	Elaboración de acuerdos con instituciones para el cuidado de los principales atractivos del cantón	Convenios con instituciones para el cuidado de los 4 principales monumentos del cantón al año 2024	Programas y acciones en el ámbito de RSE (Responsabilidad Social empresarial)	x	X		Elaborar una hoja de ruta público-privada compartida para la intervención en la infraestructura	Autogestión	Dirección de Turismo
			Crea alianzas entre universidades para la investigación, desarrollo y la innovación	x	x		Cuatro proyectos con respuestas innovadoras, favoreciendo entornos interdisciplinarios y transversales	Autogestión	Dirección de Turismo

Tabla 36: Plan de Acción

Elaborado por: Dirección de Turismo, GADMUR – 2022

