

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

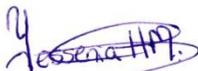
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **Yessenia Patricia Herrera Moreno** C.I. **1719281956** autor del trabajo de graduación intitulado: **"Modelo de Gestión Turística para la Cascada Cóndor Machay ubicada en la Parroquia Rumipamba, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha"**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 15 de Junio del 2016



Yessenia Patricia Herrera Moreno

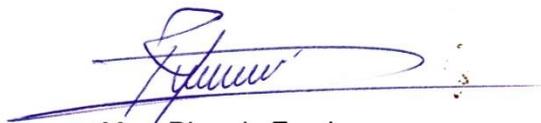
C.I. 1719281956

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**

**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

Yo, Msc. Ricardo Zambrano, director de esta disertación, certifico que la srta., Yessenia Patricia Herrera Moreno ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "Modelo de Gestión Turística para la Cascada Cóndor Machay ubicada en la Parroquia Rumipamba, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Msc. Ricardo Zambrano  
Quito, Junio 16 de 2016

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL

“MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA LA CASCADA CÓNDOR MACHAY  
UBICADA EN LA PARROQUIA RUMIPAMBA, CANTÓN RUMIÑAHUI,  
PROVINCIA DE PICHINCHA”

YESSENIA PATRICIA HERRERA MORENO

DIRECTOR: MSC. RICARDO ZAMBRANO

QUITO, 2016

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a todas las personas que forman parte de mi vida:

A Dios porque es el único soberano de mi vida y se merece toda la gloria y honra.

A mis padres, mi hermano y mi sobrino por todo su amor y apoyo incondicional porque son ustedes el motor de mi vida y los que me alientan a seguir adelante cada día.

A esa persona especial que formó parte de mi vida y estuvo conmigo en las buenas y en las malas.

A mis amigos con quienes compartí muchas experiencias hermosas y siempre estuvieron para ayudarme en lo que podían.

A mis profesores quienes supieron impartirme sus conocimientos y me formaron profesionalmente.

## **AGRADECIMIENTO**

"Dad gracias en todo, porque esta es la voluntad de Dios para con vosotros en Cristo Jesús." 1 Tesalonicenses 5:18

El tiempo del Señor es perfecto y me siento inmensamente agradecida con él por permitirme culminar una etapa más de vida.

# ÍNDICE

RESUMEN.....	XI
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Justificación .....	1
1.2 Antecedentes .....	1
1.3 Planteamiento del problema.....	3
1.4 Formulación del problema .....	3
1.5 Objetivos .....	3
1.5.1 Objetivo general .....	3
1.5.2 Objetivos específicos.....	3
1.6 Hipótesis .....	4
1.7 Operacionalización de investigación .....	4
1.7.1 Variables: .....	4
1.8 Marco teórico.....	4
1.8.1 Modelo .....	4
1.8.2 Gestión .....	6
1.8.3 Modelo de gestión .....	7
1.8.4 Producto turístico .....	7
1.8.5 Satisfacción del visitante .....	9
1.9 Marco conceptual.....	13
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION ACTUAL .....	14
2.1 Descripción del área de estudio .....	16
2.1.1 Características históricas de la Parroquia Rumipamba .....	16
2.1.2 Ubicación de la Parroquia Rumipamba.....	17
2.1.3 Características socioeconómicas de la Parroquia Rumipamba .....	17
2.1.4 Características abióticas de la cascada Cóndor Machay .....	19
2.1.5 Características bióticas de la cascada Cóndor Machay .....	20
2.1.6 Servicios turísticos .....	28
2.1.7 Publicidad.....	28
2.1.8 Capacidad de carga en la cascada Cóndor Machay.....	29
2.2 Matriz de diagnóstico: FODA.....	30
2.3 Matriz de Evaluación de Factores Internos.....	32

2.4	Matriz de Evaluación de Factores Externos.....	33
2.5	Diagnóstico Estratégico.....	34
2.5.1	Áreas ofensivas .....	34
2.5.2	Áreas defensivas.....	36
2.6	Diagnóstico de Actores Involucrados .....	38
2.7	Diagnóstico Sistemático .....	41
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO .....		43
3.1	Metodología de investigación .....	43
3.1.1	Métodos.....	43
3.1.2	Fuentes de información .....	43
3.1.3	Las herramientas de información: .....	43
3.2	Presentación de resultados de la encuesta.....	45
3.3	Segmentación del mercado: definición del visitante objetivo .....	74
CAPÍTULO IV: PROPUESTA DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA .....		75
4.1.	Introducción .....	75
4.2.	Misión .....	75
4.3.	Visión.....	76
4.4.	Ejes estratégicos, estrategias, actividades e indicadores.....	76
4.4.1	Eje estratégico 1: Definición la estructura administrativa de la cascada Cóndor Machay .....	77
4.4.2	Eje estratégico 2: Involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas como medio para mejorar su calidad de vida .....	88
4.4.3	Eje estratégico 3: Posicionar a la cascada Cóndor Machay en la mente del visitante como sitio natural .....	90
4.4.4	Eje estratégico 4: Dotar de turística y equipos para brindar servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes.....	94
4.5	Plan operativo anual (POA) .....	95
4.6	Presupuesto de Inversión Inicial .....	102
4.7	Flujo de Caja .....	104
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		108
5.1	Conclusiones.....	108
5.2	Recomendaciones .....	109
BIBLIOGRAFÍA .....		110

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados de la Capacidad de Carga.....	29
Tabla 2: MEFI .....	32
Tabla 3: MEFE .....	33
Tabla 4: Diagnóstico de Áreas Ofensivas.....	35
Tabla 5: Diagnóstico de Áreas Defensivas.....	37
Tabla 6: Diagnóstico de Actores Involucrados.....	38
Tabla 7: Diagnóstico Sistemático .....	41
Tabla 8: Género .....	45
Tabla 9: Edad.....	46
Tabla 10: Lugar de residencia .....	47
Tabla 11: ¿Es la primera vez que usted visita la cascada Cóndor Machay? .....	48
Tabla 11.1: ¿Cuántas veces usted ha visitado la cascada? .....	49
Tabla 12: ¿Cómo fue la atención que recibió en esta oportunidad? .....	50
Tabla 13: Durante su visita con quien estuvo acompañado.....	51
Tabla 14: ¿Por qué razón visitó la cascada Cóndor Machay? .....	52
Tabla 15: ¿Cómo se ha informado sobre la existencia de la cascada Cóndor Machay? ..	53
Tabla 16: ¿Cuál es el medio de transporte que usó para llegar a la cascada Cóndor Machay?.....	54
Tabla 17: ¿Ha escuchado alguna campaña publicitaria que promueva el turismo hacia la cascada Cóndor Machay? .....	55
Tabla 18: Vías de acceso .....	56
Tabla 18.1: Señalización desde Sangolquí hacia la cascada .....	57
Tabla 18.2: Estado del sendero.....	58
Tabla 18.3: Limpieza del sendero.....	59
Tabla 18.4: Señalización del sendero .....	60
Tabla 18.5: Parqueadero .....	61
Tabla 18.6: Baterías sanitarias.....	62
Tabla 18.7: Seguridad en el día .....	63
Tabla 18.8: Personal capacitado para recibirles .....	64
Tabla 18.9: Área de camping.....	65
Tabla 19: ¿Cuál fue el aspecto que más le agradó durante su visita?.....	66
Tabla 20: ¿Qué actividades le gustaría realizar en el sitio?.....	67

Tabla 21: ¿Qué servicios sugeriría se incluyan en el sitio?.....	68
Tabla 22: Escribiría comentarios en redes sociales .....	69
Tabla 23: ¿Pagaría usted por entrar a la cascada Cóndor Machay?.....	70
Tabla 23.1: ¿Cuánto pagaría por entrar a visitar la cascada Cóndor Machay? .....	71
Tabla 24: ¿Recomendaría la cascada Cóndor Machay a otra persona?.....	72
Tabla 25: ¿Repetiría usted la visita?.....	73
Tabla 26: Presupuesto de inversión inicial .....	102
Tabla 27: Flujo de Caja .....	104
Tabla 28: Promedio de visitas objetivas diarias .....	105
Tabla 29: Punto de equilibrio .....	106

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de gestión.....	5
Figura 2: Género.....	45
Figura 3: Edad .....	46
Figura 4: Lugar de residencia .....	47
Figura 5: ¿Es la primera vez que usted visita la cascada Cóndor Machay? .....	48
Figura 5.1: ¿Cuántas veces usted ha visitado la cascada? .....	49
Figura 6: ¿Cómo fue la atención que recibió en esta oportunidad?.....	50
Figura 7: Durante su visita con quien estuvo acompañado .....	51
Figura 8: ¿Por qué razón visitó la cascada Cóndor Machay?.....	52
Figura 9: ¿Cómo se ha informado sobre la existencia de la cascada Cóndor Machay? ..	53
Figura 10: ¿Cuál es el medio de transporte que usó para llegar a la cascada Cóndor Machay?.....	54
Figura 11: ¿Ha escuchado alguna campaña publicitaria que promueva el turismo hacia la cascada Cóndor Machay? .....	55
Figura 12: Vías de acceso.....	56
Figura 12.1: Señalización desde Sangolquí hacia la cascada .....	57
Figura 12.2: Estado del sendero .....	58
Figura 12.3: Limpieza del sendero .....	59
Figura 12.4: Señalización del sendero .....	60
Figura 12.5: Parqueadero.....	61
Figura 12.6: Baterías sanitarias .....	62
Figura 12.7: Seguridad en el día.....	63
Figura 12.8: Personal capacitado para recibirles .....	64
Figura 12.9: Área de camping .....	65
Figura 13: ¿Cuál fue el aspecto que más le agradó durante su visita? .....	66
Figura 14: ¿Qué actividades le gustaría realizar en el sitio? .....	67
Figura 15: ¿Qué servicios sugeriría se incluyan en el sitio?.....	68
Figura 16: Escribiría comentarios en redes sociales.....	69
Figura 17: ¿Pagaría usted por entrar a la cascada Cóndor Machay?.....	70
Figura 17.1: ¿Cuánto pagaría por entrar a visitar la cascada Cóndor Machay? .....	71
Figura 18: ¿Recomendaría la cascada Cóndor Machay a otra persona? .....	72
Figura 19: ¿Repetiría usted la visita? .....	73

Figura 20: Modelo Gestión Turística.....	76
Figura 21: Estructura organizacional del GAD Parroquial de Rumipamba .....	81
Figura 22: Estructura organizacional de la cascada Cóndor Machay.....	82
Figura 23: Propuesta de logotipo y eslogan para la cascada Cóndor Machay .....	93

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Variable dependiente .....	4
Cuadro 2: Lista de Especies Registradas .....	25
Cuadro 3: Especies de aves registradas en el Apéndice II de la CITES.....	28
Cuadro 4: FODA .....	30
Cuadro 5: Estructura organizacional de la cascada Cóndor Machay .....	77
Cuadro 6: Perfil profesional del administrador .....	83
Cuadro 7: Perfil profesional del equipo de guardaparques.....	84
Cuadro 8: Perfil profesional del equipo de alimentos y bebidas .....	86
Cuadro 9: Perfil profesional del equipo de seguridad .....	87
Cuadro 10: Involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas.....	89
Cuadro 11: Posicionar a la cascada Cóndor Machay .....	91
Cuadro 12: Dotar de turística y equipos al área.....	94
Cuadro 13: Cronograma de actividades.....	96

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cascada Cóndor Machay .....	114
Anexo 2: Río Pita y la cascada Cóndor Machay .....	114
Anexo 3: Pequeñas cascadas que se encuentran a lo largo de los senderos que conduce a la Cóndor Machay .....	115
Anexo 4: Puentes de hormigón que se encuentra en los senderos.....	115
Anexo 5: Carencia de control en prohibiciones como realizar pesca.....	116
Anexo 6: Falta de infraestructura para hacer Barbiquiu.....	116
Anexo 7: Cuestionario para Diagnóstico Situacional - Cascada Cóndor Machay .....	117

## **RESUMEN**

La presente disertación de tesis tiene como objetivo principal crear un modelo de gestión turística que defina misión, visión, objetivos (ejes estratégicos), estrategias y actividades para mejorar la percepción de los visitantes que llegan a la cascada Cándor Machay.

La trabajo está dividido en cuatro partes: en el primer capítulo se encuentra la parte introductoria, la cual consta de justificación, antecedentes, planteamiento del problema, hipótesis, objetivos generales y específicos, el marco conceptual y teórico del cual se sustenta la investigación; en el segundo capítulo se desarrolla un análisis de la situación inicial del lugar turístico a través de varios estudios como el FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), una matriz de evaluación de factores internos, una matriz de evaluación de factores externos, un diagnóstico estratégico que consta de áreas ofensivas y defensivas, un diagnóstico de actores involucrados y un diagnóstico sistemático; en el tercer capítulo se presenta el estudio de mercado a través de la aplicación de encuestas que permiten definir el tipo de visitante que llega a la cascada y determinar cuáles son sus necesidades y expectativas; en el penúltimo capítulo se plantea un modelo de desarrollo turístico y participativo que involucra a la comunidad fomentando empleo, logrando una mejora en la calidad de vida, además consta de un plan operativo anual (POA), un presupuesto de inversión inicial y un flujo de caja para poder saber que tan productiva es la propuesta; finalmente las conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

## 1.1 Justificación

La cascada Cóndor Machay es un recurso natural con potencial turístico, por su privilegiado entorno, además su consolidación como un espacio al desarrollo del turismo para la Parroquia de Rumipamba.

Con la implementación de un modelo de gestión turística que define objetivos (ejes estratégicos) y estrategias para mejorar los servicios, la infraestructura, la publicidad y la conservación del área, aprovechando el patrimonio natural que tiene el sitio para realizar turismo; la cascada Cóndor Machay se consideraría como un lugar que satisface las necesidades y expectativas de sus visitantes.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui - GAD, haciendo uso del artículo 15 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización – COOTAD, en el que expresa que: “el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno” (Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2015, p.79), tiene la responsabilidad de elaborar una herramienta para la gestión turística para la cascada Cóndor Machay.

El impacto que genera esta herramienta es el aporte al desarrollo económico creando fuentes de empleo donde la comunidad se verá beneficiada por el aumento de la rentabilidad; el otro aporte es el desarrollo social con el incremento de la satisfacción de los visitantes.

## 1.2 Antecedentes

El origen del nombre Cóndor Machay proviene de la unión de dos términos: la primera palabra en el idioma español es cóndor, que hace referencia al ave representativa de la zona andina, una de las más grandes del mundo, capaz de volar a más de 7000 m. de altura y que actualmente se encuentra en estado de peligro (*National Geographic Society*, 2013); la segunda palabra es machay, que correctamente escrita en el idioma quichua es “mach'ay” y que significa “cueva, gruta” (Ministerio de Educación del Ecuador, 2009, p. 95). Por lo tanto el nombre completo significa “refugio del cóndor”, es decir que hay la posibilidad de observar esta ave en las paredes del encañonado de la cascada.

La cascada Cónдор Machay se encuentra ubicada en la Provincia de Pichincha, a 15 kilómetros de Sangolquí, capital del Cantón Rumiñahui; dentro de la Parroquia Rural de Rumipamba; pasando por el barrio el Vallecito; llegando al barrio Tanipamba; al puente la Caldera, donde inicia el recorrido hacia la cascada; el sendero está dentro de la Hacienda Santa Rita, la cual está ubicada en un encañonado formado por los flujos de lava de la última erupción volcánica del Cotopaxi; y forma parte de la cuenca del Río Pita y del Río El Salto (Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009).

Este recurso turístico está administrado por el GAD de Rumiñahui conjuntamente con la Dirección de Turismo desde el año 2007, quienes han dotado al sendero Cónдор Machay con puentes de hormigón, limitada señalética en el sendero, servicios higiénicos, una garita, y la contratación de un guarda parque, con el fin de hacer más accesible el lugar y poder brindar seguridad al visitante en el día.

Sin embargo la Junta Parroquial de Rumipamba solicita al Municipio de Rumiñahui administrar nuevamente la cascada ya que se les absolvió de su administración por falta de organización y mal manejo, por esta razón el GAD de Rumiñahui administra actualmente el lugar, acogiéndose a la ordenanza del art. 74 “Franjas de Protección de Cuerpos de Agua, Ríos, Lagunas, Canales de Riego” en el que expresa:

*“El manejo de los cuerpos de agua, ríos, lagunas, embalses y sus cuencas hidrográficas tiene el propósito de conservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de los habitantes.*

*a) Los ríos Santa Clara, San Pedro y Río Pita dentro del área urbana tendrán franja de 25m a cada lado; en el área rural, esta franja se extenderá a 50m.*

*b) Dentro de la franja se permitirán los parqueaderos, vías de acceso, áreas arborizadas y obras de paisajismo” (GAD Municipal Rumiñahui, 2014).*

Durante el recorrido hacia la cascada se puede observar una zona de bosque andino y elevaciones como el Ilaló, el Pasachoa, Rumiñahui, el Cotopaxi y el Sincholagua, los cuales forman parte de la ruta turística “Avenida de los volcanes” (GAD Municipal Rumiñahui, 2014). El tiempo necesario para recorrer el sendero que conducen hacia la cascada entre ida y vuelta es aproximadamente de cuatro horas; el nivel físico de dificultad es bajo y el horario disponible para los visitantes es desde las 8:00 horas hasta las 17:00 horas.

### **1.3 Planteamiento del problema**

Existe un mal manejo administrativo en la cascada Cóndor Machay debido a que no existen políticas públicas ni acuerdos con el fin de desarrollar y explotar turísticamente el recurso turístico.

Las carencias que presenta la cascada son: inexistencia de normas de control y comportamiento del visitante; ausencia de servicios básicos (alimentación, centro de primeros auxilios, medio de transporte público con salidas frecuentes, seguridad en los senderos por la noche); carencia de servicios complementarios (guía turístico); falta de infraestructura, de paquetes turísticos con actividades novedosas/recreativas y de un estudio de mercado.

El GAD de Rumiñahui no tiene una adecuada estrategia de comercialización; la página web está desactualizada por lo que brinda información no es veraz; los visitantes llegan a la cascada por casualidad o recomendación de familiares o amigos. El recurso turístico no está correctamente posicionado.

### **1.4 Formulación del problema**

¿El inadecuado manejo administrativo podrá ser mejorado con la implementación del modelo de gestión turística que contenga las políticas y estrategias que posicionen en la mente de los visitantes a la cascada Cóndor Machay?

### **1.5 Objetivos**

#### **1.5.1 Objetivo general**

Diseñar un modelo de gestión turística que defina las políticas, los objetivos y las estrategias para mejorar la percepción de los visitantes que llegan a la cascada Cóndor Machay.

#### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Preparar el diagnóstico situacional de la Cascada Cóndor Machay.
- Elaborar un estudio de mercado para conocer los niveles de satisfacción de los visitantes actuales que llegan a la Cascada Cóndor Machay.

- Diseñar un modelo de gestión turística que defina las políticas, los objetivos y las estrategias para la mejora de la percepción de los visitantes que llegan a la cascada Cóndor Machay.

## 1.6 Hipótesis

La implementación de un modelo de gestión turística permitirá mejorar la percepción que los visitantes tienen de la cascada Cóndor Machay.

## 1.7 Operacionalización de investigación

### 1.7.1 Variables:

#### 1.7.1.1 *Independientes:*

Implementación de objetivos (ejes estratégicos), estrategias e indicadores.

#### 1.7.1.2 *Dependientes:*

**Cuadro 1:** Variable dependiente

Área a medir	Variables conceptuales	Dimensiones	Indicadores	Estándares
Percepción del visitante	Insatisfacción Satisfacción Complacencia	Mejora de la atención. Los aspectos físicos.	Porcentaje	Mínimo 85% de mejora.

## 1.8 Marco teórico

### 1.8.1 Modelo

En cuanto a qué es un modelo “es una acepción científica que hace referencia a una serie de aspectos conceptuales y metodológicos que sirven de base a la actuación práctica en un campo científico determinado; son guías para la acción” (Cardona y Chiner, 2006, p. 18).

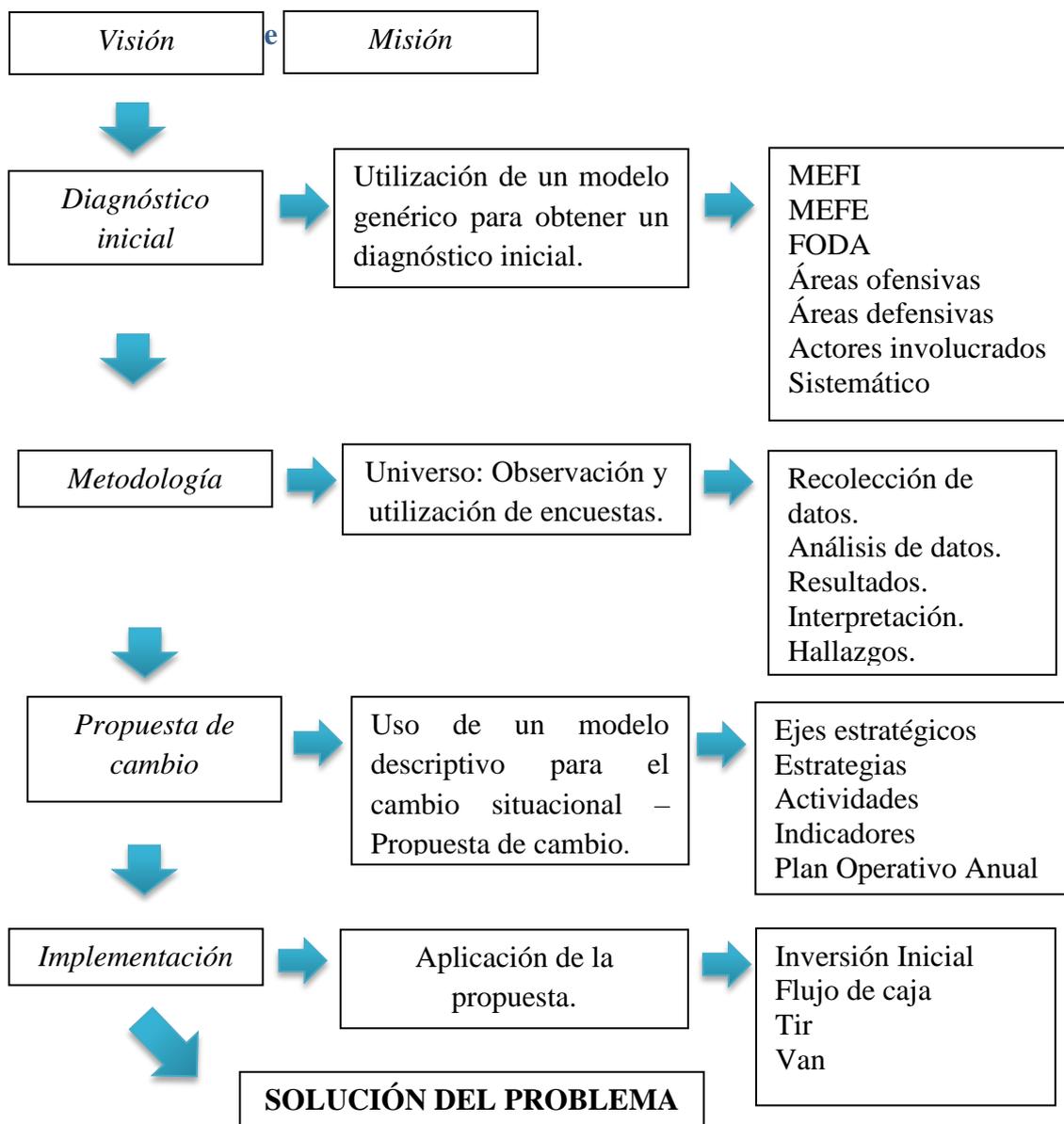
#### 1.8.1.1 *Tipos de Modelo*

Los modelos pueden ser: genéricos o descriptivos. Los modelos genéricos pueden ser utilizados para determinar la imagen global de una situación particular; los modelos descriptivos pueden guiar la aplicación de marcos de referencia particulares.

Sin embargo en los modelos se debe emplear un modelo racional de toma de decisiones, para que las personas entiendan los problemas de investigación y sean coherentes a la hora de plantear alternativas de solución las dificultades.

Así pues la acción racional consiste en poner en práctica los medios indicados para conseguir el fin propuesto. Se denomina racional por la simplicidad y la secuencia lógica que se emplea para tratar de entender y solucionar el problema.

El modelo racional que se plantea en el desarrollo del trabajo pretende la consecución de la mejor decisión posible para nuestro caso en particular. El modelo se articula bajo el siguiente esquema



Fuente: Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Competitividad y Ministerio de industrias y productividad, 2015.

#### *1.8.1.2 Características del Modelo*

Según Guash (2003) las características del modelo son:

*Facilidad:* el uso o implementación del modelo requiere de un mínimo esfuerzo; no existen complicaciones de ninguna naturaleza.

*Fiabilidad:* el modelo presenta una estructura robusta, lo cual genera una alta probabilidad de realizar su función específica, sin fallas.

*Funcionalidad:* contiene todos los requerimientos y funciones requeridas; el modelo es práctico y utilitario. Tiene la capacidad para satisfacer las necesidades explícitas e implícitas.

*Flexibilidad:* está centrado en las necesidades de los clientes y/o usuarios. La flexibilidad está ligada con las capacidades de adaptación; pues puede ser modificado de acuerdo a los nuevos requerimientos de los clientes.

*Mantenibilidad:* es de fácil mantenimiento. Se caracteriza por la facilidad del desarrollo de una intervención de mantenimiento o adecuación.

#### **1.8.2 Gestión**

En cuanto a gestión se la define como el conjunto de procedimientos que se llevan a cabo para el logro de los fines trazados. A parte de eso gestión implica que las actuaciones que se realizan para conseguir los objetivos y las metas organizacionales no son realizadas al azar, sino son el fruto de la planificación y la debida coordinación de los distintos organismos internos (Álvarez, 2006).

Por consiguiente gestión es la capacidad de: coordinar las funciones administrativas que aseguren el cumplimiento de la misión institucional; enfrentar las crisis estructurales y coyunturales de una organización y aminorar su impacto; definir e implementar estrategias que permitan transformar positivamente; especializar algunas funciones organizacionales para obtener ventajas competitivas específicas; coordinar las actividades laborales de otros individuos y la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos, con el adecuado uso de los recursos disponibles.

### **1.8.3 Modelo de gestión**

Modelo de gestión está concebido como un patrón o prototipo que integra a todos sus componentes en una visión sistémica, dotado de una estructura, sus procesos e interacciones; señala roles y pautas, define políticas y objetivos (Raggio, 2006).

Además, el modelo de gestión para que sea efectivo y funcional debe implementar las estrategias y políticas, con lo cual se garantiza un desempeño sostenido en el tiempo. Es un esquema o marco de referencia para la gestión turística aplicada en la cascada Cóndor Machay.

También los modelos de gestión son hipótesis de trabajo que sirven para describir e interpretar de forma esquemática y abstracta la realidad. Debe entenderse que los modelos son guías para la gestión, no fórmulas que pueden aplicarse mecánicamente para obtener un resultado (Heredia, 2004).

Asimismo los modelos de gestión son herramientas que ayudan a entender los mecanismos que generan satisfacción de los clientes y son guías para gestionar los procesos. Incluso son propuestas o patrones de referencia para desarrollar con éxito la estrategia de la organización.

Por eso está concebido que la aplicación del modelo de gestión turística servirá para: dar satisfacción a sus clientes, mejorar la percepción de los visitantes y mejorar los resultados de la organización.

### **1.8.4 Producto turístico**

El producto turístico es el conjunto de la oferta turística (recursos, servicios, equipamiento), más la organización, más la gestión, más la formación del personal, y la imagen, que se ofrecen al visitante con el propósito de satisfacer sus deseos y expectativas (Díaz, 2012).

Según García (2006), lo define como un elemento tangible que agrupa al recurso, la infraestructura, oferta de servicios básicos y/o complementarios, que satisfacen las necesidades y motivaciones del turista que visita el territorio.

#### *1.8.4.1 Servicios Turísticos*

Servicio es “la acción y efecto de servir”, es un acto llevado a cabo por un personal o entidad que desea beneficiar a otros cuidando sus intereses (Real Academia Española, 2001).

No obstante los servicios turísticos son prestaciones que los visitantes contratan para satisfacer sus necesidades cuando quieren realizar turismo.

Por lo tanto los servicios turísticos pueden ser básicos (transporte, alojamiento, alimentación) y complementarios los que son netamente turísticos (visitas guiadas, oferta de actividades deportivas, pesca deportiva, cabalgata) (García, 2006).

A parte de eso, los servicios turísticos junto a otros elementos conforman el producto turístico.

#### *1.8.4.2 Infraestructura turística*

La infraestructura turística es la dotación con la que cuenta un territorio para sostener su estructura social y productiva. Asimismo, actúa como un condicionante del desarrollo turístico y es utilizada por los residentes, visitantes y por las empresas que prestan servicios (Boullón, 2006).

Los elementos que conforman la infraestructura turística son: transporte (carreteras, servicios para el automotor, señalización, terminales); comunicaciones (telefonía, telegráficas); sanidad (primeros auxilios, recolección de residuos, red de agua) y energía (alumbrado público, gasolineras) (Boullón, 2006).

#### *1.8.4.3 Recurso turístico*

Son aquellos elementos del patrimonio que han sido transformados, mejorados, o acondicionados por la intervención del ser humano y que hacen posible la actividad turística satisfaciendo la necesidad de la demanda (García, 2006). Por ejemplo a una cascada se le incrementó señalización, se repartió información, elementos que hicieron que un patrimonio se transformará a recurso.

Pero los recursos turísticos no son suficientes sino intervienen las empresas turísticas y la administración para poner en valor (ventaja competitiva) y calidad a los recursos (Díaz, 2012).

El recurso turístico es un elemento que forma parte del producto turístico y debe aportar valor agregado, el cual es una característica o servicio extra poco común o poco usado por los competidores con el fin de crear diferenciación en el producto o servicio y darle mayor valor a la percepción del consumidor (Quesada, 2007).

#### *1.8.4.4 Atractivo turístico o patrimonio*

El atractivo turístico o también denominado patrimonio puede generar interés por sí solo y satisfacer una motivación; por ejemplo una iglesia, un cuadro de un gran artista, o una cascada única (García, 2006).

#### **1.8.5 Satisfacción del visitante**

“Satisfacción del visitante es el nivel del estado de una persona que resulta de comparar el resultado percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (Kotler, 2001, p. 10).

En concreto si las experiencias en el sitio turístico son superiores a las expectativas previas, se logrará la satisfacción del visitante; siendo la satisfacción un requisito importante para obtener un lugar en la mente del cliente, dejando a un lado a la competencia, logrando fidelidad y difusión gratuita (Thompson, 2006).

Cabe recalcar que la reducción en los niveles de satisfacción del visitante no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; a veces, es el resultado de un incremento en las expectativas (Kotler, 2001).

Es por eso que la empresa debe fijar correctamente el nivel de las expectativas porque si las expectativas son muy bajas no atraerán suficientes visitantes; pero si son excesivamente altas, los visitantes se sentirán engañados y desilusionados luego de la compra del producto o servicio (Kotler, 2001).

##### *1.8.5.1 Elementos de la Satisfacción*

Según Thompson (2006) existen tres elementos de satisfacción: expectativas, rendimiento percibido y niveles de satisfacción.

- *Expectativas*: se lo define como lo que esperan encontrar y recibir los visitantes antes de llegar al sitio.

Pero ¿cómo los visitantes establecen sus expectativas? por información, ofrecimiento y promesas de la propia empresa, por sus experiencias con visitas a lugares similares, por productos o servicios de la competencia, y por opiniones de familiares o amigos.

Antes de adquirir algo o de ir a algún lugar, se crea en el visitante necesidades, y por necesidad se entiende a la impresión de algo que falta, incorporado a la intención de que desaparezca esa falta y regrese el equilibrio (Milio. 2004).

Según Maslow, 1943 citado en Díaz (2012) explica que los seres humanos tenemos varias necesidades básicas que deben ser satisfechas antes de alcanzar las necesidades superiores. Necesidades básicas que las ha clasificado jerárquicamente en cinco grupos:

Las *necesidades fisiológicas*: necesidades básicas que deben ser satisfechas por todas las personas como hambre, sed y descanso.

Las *necesidades de seguridad*: vinculados a peligros físicos, sociales, políticos y psicológicos (identidad propia) Ejemplo: la posibilidad de sufrir un accidente.

Las *necesidades sociales o de pertenencia*: el ser humano busca integrarse, ser aceptado y reconocido en un grupo.

Las *necesidades psicológicas de estimación y prestigio*: confianza en uno mismo y la necesidad de tener un rango social.

Las *necesidades de autorrealización*: superación personal, la cual requiere de esfuerzo y voluntad para ser satisfecha.

Pero cuando se estudia el comportamiento del visitante no solo se analiza las necesidades sino también las motivaciones que son las acciones que inciden directamente sobre la persona y responde a la pregunta de qué porque la persona está dispuesta a adquirir algo o querer ir a algún lugar (Milio, 2004).

Según Milio (2004) las motivaciones del visitante se agrupan de la siguiente forma:

*Motivaciones físicas*: disminuir el cansancio y la tensión mediante actividades físicas Ejemplo: descansar en playas, mantener contacto directo con la naturaleza, practicar deportes.

*Motivaciones culturales*: explorar otros países y otras culturas. Ejemplo: música, arte, arquitectura, gastronomía, folklore.

*Motivaciones sociales*: el visitante se reúne con amigos, familiares o conoce nuevas personas.

*Motivaciones de cambio de actividad y de lugar geográfico*: permite realizar actividades diferentes a las que se ejecuta diariamente, sirve para dejar atrás el estrés. Ejemplo: salir un fin de semana a hacer senderismo.

*Motivaciones de status*: ego y desarrollo personal. Ejemplo: viajes de negocio, participación en convenciones.

*Motivaciones de diversión y esparcimiento:* a través de bailes y paseos.

- *Rendimiento Percibido:* es el resultado de lo que el cliente percibe y adquiere al finalizar la visita en el lugar turístico.

Entonces, el rendimiento percibido está influenciado por el durante y el después de la compra, donde es importante tomar en cuenta los sentimientos y las sensaciones que el visitante experimenta con el uso de los servicios y/o productos.

Es así que Poria (2013) ha proporcionado una clasificación de experiencias que deben recibir los visitantes durante su visita y son: ver, sentir, aprender y evolucionar.

La primera experiencia es ver algo real porque el visitante no está dispuesto a ver una réplica o fotos ya que ha invertido esfuerzo, tiempo y dinero.

La segunda es sentir el lugar a través de una experiencia emocional asociado con el patrimonio y adquirir más conocimientos.

La tercera experiencia es aprender a través de una manera interesante y entretenida.

La cuarta experiencia, es evolucionar a través de un impacto en la vida de los visitantes.

Por lo tanto el visitante percibe sus vacaciones como una experiencia que reúne un todo y por eso requiere integrar servicios y recursos con tal de satisfacer al visitante (Bigné, 2000).

- *Niveles de Satisfacción:* insatisfacción, satisfacción y complacencia.

#### *1.8.5.2 Niveles de Satisfacción*

Según Thompson (2006) clasifica a los niveles de satisfacción en tres:

*Insatisfacción:* se presenta cuando el rendimiento percibido no sobrepasa a las expectativas del visitante, por lo tanto no vuelven a adquirir el producto o servicio y emiten comentarios negativos.

*Satisfacción:* es cuando el rendimiento percibido concuerda con las expectativas del visitante, por lo tanto está susceptible a ir hacia la competencia.

*Complacencia:* en el momento que el rendimiento percibido sobrepasa las expectativas del visitante, él vuelve a visitar el lugar, no presta ningún interés en la competencia, se vuelve menos sensible al precio y emite comentarios positivos.

Cada visitante al final de haber recorrido el sitio turístico experimenta uno de los niveles y dependiendo del nivel de satisfacción al que llegó, se puede conocer el grado de fidelización hacia el lugar

#### *1.8.5.3 Formas para lograr la satisfacción del visitante*

A continuación se detallará las formas para lograr satisfacción, según el artículo de Crecenegocios (2011):

*Ofrecer un producto turístico de calidad:* dar un producto turístico que cuente con actividades novedosas y que satisfaga necesidades y preferencias.

*Cumplir con lo prometido:* procurar que el producto turístico que se venda cuente con las condiciones pactadas y lo ofrecido en la publicidad.

*Brindar un adecuado servicio al visitante:* ofrecer una rápida atención, trato personalizado, ser gentil, que exista un ambiente placentero, cómodo y seguro.

*Ofrecer una atención personalizada:* presentar promociones exclusivas, presentar un producto turístico a un segmento del mercado así satisface necesidades particulares, evitar que un solo trabajador atienda todas las consultas de varios consumidores al mismo tiempo.

*Brindar una rápida atención:* se lo ve reflejado al entregar el producto turístico, al vender servicios, al dar información, al responder inquietudes y al resolver los problemas, quejas y reclamos del visitante.

*Resolver problemas, quejas y reclamos:* el vendedor debe personalizarse y resolver problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva, convirtiéndose el problema como suyo.

## **1.9 Marco conceptual**

### **Modelo de gestión:**

“Un modelo es una representación simplificada de un proceso o un sistema; describe o explica las relaciones complejas entre los conceptos dentro de un sistema que integre los elementos de la teoría y la práctica; y es una representación mental o conceptual de algo que muestra el orden de sus elementos” (Foster, Johnson y Turner, 2003, p. 65-67).

### **Satisfacción del cliente:**

El conocer las exigencias y necesidades del cliente, permitirá a la empresas turísticas y al municipio estar en mejor posición para saber el modo de satisfacer a través de un servicio y producto de calidad (Hayes, 2000).

### **Visitante:**

Según Cubillo (2008) la comisión de Estadística de las Naciones Unidas clasifica dos tipos de visitantes: turistas y excursionistas. Los turistas: son aquellos visitantes que permanecen por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar visitado. Y los excursionistas: son los visitantes del día, son aquellos que no pernoctan en un medio de alojamiento.

### **Estrategias:**

Son las acciones por las cuales se cumplen los objetivos a largo plazo y requieren de decisiones por parte de la gerencia y de la utilización de recursos económicos y humanos. Además las estrategias incluyen la diversificación, la inclusión en el mercado, el desarrollo del producto, la adquisición y la innovación (Fred, 2003).

### **Políticas:**

Son reglas o guías que expresan los límites dentro de lo que debe ocurrir una acción. Las políticas son creadas con el fin de maximizar los recursos y guiar las decisiones ante problemas repetitivos; entre las políticas más usuales se nombra a las garantías, la devolución, los descuentos, y los reclamos (Osha'ughnessy, 1988).

## CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION ACTUAL

Para la elaboración del diagnóstico situacional se recurre a la investigación de campo, mediante la cual, se obtiene la información necesaria a través de la fuente primaria para obtener datos empíricos.

Según Contreras (2006) el diagnóstico de la situación actual se realiza a través de matrices de diagnóstico y son tres:

*La primera Matriz de Evaluación de Factores Internos - MEFI:* permite evaluar la información de los factores internos de una empresa. El resultado total ponderado puede ser desde 1 hasta 4, siendo el promedio de 2.5; donde el total ponderado menor de 2.5 significa que la organización es débil en lo interno, mientras que el resultado mayor de 2.5 indica que la organización es fuerte en lo interno.

*La segunda Matriz de Evaluación de Factores Externos - MEFE:* determina la información de los factores externos analizando la política, la economía, el aspecto social, ambiental y tecnológico del entorno; el total ponderado de 4.0 indica que la organización está aprovechando de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas. Un promedio ponderado de 1.0 indica que las estrategias de la empresa no están capitalizando las oportunidades ni evitando las amenazas externas.

*Y la tercera Matriz de Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas - FODA:* agrupa en una cuadrícula la información obtenida en la MEFE Y MEFI.

Además según Pérez (2000) existen otro tipo de diagnósticos que permiten obtener información detallada del lugar turístico y son:

*Análisis estratégico de áreas ofensivas:* describe el nivel de relacionamiento e influencia existente entre las fortalezas y oportunidades que posee el área turística para de esta manera identificar la principal área ofensiva que se puede utilizar en el posicionamiento del sitio.

Para poder realizar este estudio se debe identificar y codificar las fortalezas y oportunidades; crear una matriz de relacionamiento en el que 5 es el puntaje de relación más alto y 1 es el más bajo; se suma vertical y horizontalmente y el resultado total con las puntuaciones más altas permite determinar cuáles son las fortalezas y oportunidades más destacadas.

*Análisis estratégico de áreas defensivas:* valora el nivel de relacionamiento e influencia existente entre las amenazas y debilidades que posee el área turística para proponer mejoras.

Se debe enlistar y codificar las amenazas y debilidades; crear una matriz de relacionamiento en el que 5 es el puntaje de relación más alto y 1 es el más bajo; y el resultado total con las puntuaciones más altas permite concluir cuáles son las amenazas y debilidades más sobresalientes.

*Diagnóstico de actores involucrados:* reconoce los actores e involucrados que se manifiestan en el modelo de gestión turística, además indica el poder e interés que tiene cada uno de ellos en la investigación, identificando cuales podrían ser los actores aliados al proyecto y cuáles están en contra del mismo.

Se procede a crear una lista con todos los actores e involucrados relacionados en la investigación; establecer una matriz de relacionamiento calificando el poder (1, 2, 3; siendo el tres el puntaje más alto) y el interés (-3, -2, -1, 0, 1, 2, 3) por cada actor involucrado.

*El diagnóstico sistemático:* permite identificar el entorno del atractivo en función de cada uno de los elementos que forman parte del sistema turístico, logrando de esta manera visualizar de forma general las características de la región emisora, receptora, ruta de tránsito , planta turística, superestructura, así como el entorno social, político, cultural, ambiental y económico.

Se evalúa el estado de cada variable que se encuentra en la ficha del sistema turístico con calificación de 1 a 10, donde diez es el valor máximo e indica unicidad y originalidad; se obtendrá un porcentaje final que demuestra cómo se encuentra de forma general el sitio y de forma más específica se escoge las puntuaciones más altas que pueden ser positivas o negativas para el área turística.

## **2.1 Descripción del área de estudio**

### **2.1.1 Características históricas de la Parroquia Rumipamba**

#### *2.1.1.1 Antecedentes históricos culturales*

La Parroquia de Rumipamba nace como resultado de la unión de tres haciendas: El Suro, San Antonio y Rumipamba; existen importantes antecedentes históricos que se suscitaron y son:

El “Qhapaq Ñan”, un camino del Imperio Inca fue utilizado por los chasquis, quienes cruzaron por Rumipamba hasta llegar al Cotopaxi.

En la época prehistórica en Rumipamba existieron luchas constantes entre los Collaguazos, descendientes de los Caras y Duchicelas, y los Pachacamas, descendientes de los Huayna Cápac (Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009).

“La Ruta de los Libertadores”, fue el camino que usó el Mariscal Antonio José de Sucre junto con su tropa para llegar hacia el Pichincha, es decir que Rumipamba fue parte del recorrido que usó este ilustre personaje.

En la época colonial hasta el año de 1767, la orden religiosa de los Jesuitas se asentó en estos territorios y manejó las haciendas agrícolas y ganaderas existentes en Rumipamba (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012).

Y un personaje famoso de la historia quiteña su nombre Fabricio Francisco Cantuña y Pillapana, a quien se le atribuye la construcción de la Capilla de Cantuña ubicada a lado de la Iglesia de San Francisco, fue propietario del Valle de Vilatuña, actual Parroquia de Rumipamba; un suceso muy contradictorio porque él era un hombre muy pobre pero en 1659, se registra que fue propietario de seis casas (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012).

#### *2.1.1.2 Fiestas de la Parroquia*

Al finalizar el mes de febrero se celebran las fiestas de la Virgen, las actividades que se realizan son: Misa en el Santuario de la Virgen de la Piedra, banda de pueblo, voladores, etc. El 31 de mayo se celebra las fiestas de fundación de la parroquia, se realiza los toros populares, “el torneo de cinta y el concurso de lazo” que consiste en una competencia de caballos, donde el jinete demuestra su habilidad en el caballo para ganarse la cinta, en cambio el concurso de lazo es la destreza del jinete para lazar al

animal en un tiempo determinado y “la competencia de barriles” en la que el jinete debe saltar los barriles en el menor tiempo posible (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012).

### **2.1.2 Ubicación de la Parroquia Rumipamba**

La Parroquia de Rumipamba, está ubicada en el Cantón Rumiñahui, a 33 kilómetros de Quito, en las faldas del volcán Cotopaxi; está limitada al norte con la parroquia de Sangolquí, al sur con el Cantón Mejía, al este con la parroquia de Píntag, y al oeste con la parroquia de Cotogchoa (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012).

### **2.1.3 Características socioeconómicas de la Parroquia Rumipamba**

#### *2.1.3.1 Demografía*

Según el censo del año 2010, el cantón Rumiñahui tiene 85.852 habitantes y la Parroquia de Rumipamba tiene 775 habitantes, de los cuales el 51% son hombres y el 49 % son mujeres; convirtiéndose Rumipamba en la parroquia menos poblada del cantón Rumiñahui (INEC, 2010).

#### *2.1.3.2 Población Económicamente Activa - PEA*

La parroquia rural de Rumipamba, registra los índices de pobreza más altos, por lo tanto presenta escasas fuentes de empleo. Las principales fuentes de ingreso para los habitantes son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 58%, construcción con el 10%, industrias manufactureras 7%, comercio al por mayor y menor con el 6% y otro tipo de actividades generales repartidas con el 19%. (INEC, 2010).

El principal tipo de producción en la parroquia es el maíz, papas, cebolla, mellocos, alverjas, habas, leche y sus derivados y truchas. Convirtiéndose el choclo con queso, las habas con melloco y la truchas en la gastronomía que se puede encontrar en la parroquia.

#### *2.1.3.3 Piscicultura*

Se presenta la actividad piscícola (truchas y tilapias) en Rumipamba por las condiciones climáticas y la presencia de abundantes fuentes de agua (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012).

#### *2.1.3.4 Salud*

En la parroquia de Rumipamba no existe ningún centro de salud y cabe recalcar que para los visitantes que llegan a lugares turísticos como la cascada Cóndor Machay y

Vilatuña no se dispone de un botiquín con medicamentos necesarios para atender casos de emergencia (Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009).

#### *2.1.3.5 Servicios Básicos*

*Energía eléctrica:* este servicio tiene una cobertura total entre el 80% y 100%, para la población.

*Alcantarillado:* existe un sistema de alcantarillado que cubre parte de la parroquia y no existe un sistema de drenaje para las aguas negras.

*Agua para consumo humano:* la parroquia cuenta con varias vertientes de agua que son suficientes para el consumo humano, el sistema de distribución no es todavía potable pero es controlado para que el sistema de agua sea lo más limpia posible.

*Recolección de desechos sólidos:* en cuanto a la recolección de la basura se desarrolla a través de la municipalidad del Cantón Rumiñahui cada miércoles y en los barrios San Antonio y San Bache no disponen de este servicio.

*Comunicaciones:* la cobertura de telefonía celular es deficiente ya que solo en dos barrios de los siete existe cobertura pero de manera parcial. En cuanto al servicio de internet también solo dos barrios tienen cobertura pero no tan eficiente.

*Carretera:* el sistema vial para llegar a la cascada Cóndor Machay casi en su totalidad es empedrado y actualmente está en constantes arreglos para mantenerse en buen estado, pero si no se hiciera un mantenimiento continuo se convertiría en una carretera deficiente y transitada solo por vehículos altos, y otro factor negativo son las lluvias porque pueden ocasionar derrumbes en medio de la carretera e impedir su paso.

*Transporte:* los pobladores de la parroquia solo tienen una alternativa para transportarse, siendo la cooperativa Calsig Express la que ofrece este servicio, opera desde Sangolquí, pero tiene pocas frecuencias diarias debido a los anchos de vías obedecen a un sistema antiguo que no cumplen con la norma requerida, por lo que la circulación vehicular se ve afectada y no permite que haya más recorridos.

También existe la opción de poder contratar camionetas privadas, el servicio está disponible de lunes a domingos por el valor de 10 usd y se las encuentra en Sangolquí.

## **2.1.4 Características abióticas de la cascada Cóndor Machay**

### *2.1.4.1 Topografía*

A lo largo del sendero hacia la cascada se pueden encontrar diferentes alturas: en el puente de la caldera altura de 3017 m.s.n.m., en el área de picnic y de camping altura de 3070 m.s.n.m., en el primer puente altura de 3087 m.s.n.m., en el segundo puente altura de 3093 m.s.n.m., en el tercer puente altura de 3095 m.s.n.m., en el cuarto puente altura de 3094 m.s.n.m., en el quinto puente altura de 3119 m.s.n.m., sexto puente altura de 3101 m.s.n.m., séptimo puente altura de 3122 m.s.n.m., octavo puente altura de 3153 m.s.n.m., noveno puente altura de 3174 m.s.n.m., décimo puente altura 3318 m.s.n.m., cascada Cóndor Machay altura de 3132 m.s.n.m. (Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009).

### *2.1.4.2 Suelo*

Según la clasificación del suelo se encuentra en el horizonte sub-superficial argílico, el cual es muy negro y arcilloso y puede alcanzar a 30 cm., de espesor en las partes convexas de las pendientes, mientras en las cóncavas es más profundo. Estos suelos son relativamente ricos en materia orgánica (Cañadas, 1983).

En cambio el suelo que se encuentra en los límites del río es de formación aluvial, y se puede observar durante el recorrido rocas volcánicas, la cuales fueron formadas por lava concurrida en la última erupción del volcán Cotopaxi.

### *2.1.4.3 Hidrología*

El área de estudio se encuentra atravesado por el Río Pita que nace de la unión de dos quebradas: Hualpaloma y Carcelén provenientes del Sincholagua. Y al unirse la cuenca del río Pita con la cuenca del río Salto forman la cascada Cóndor Machay, la cual posee aproximadamente 80 metros de caída (Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009).

Es importante tomar en cuenta la contaminación, el color malsano y el putrefacto olor de una parte del río Pita debido a las descargas de los desechos del ganado y basura de los habitantes de Tanipamba.

Además este río es de suma importancia porque sirve de riego para los cultivos y provee de agua potable y electricidad a la ciudad, debido a que aguas arriba donde el Pita todavía tiene agua limpia algunas captaciones chupan su caudal. A pocos kilómetros de

la naciente de este río, el proyecto Pita-Tambo, de la EMAAP-Q, desvía parte de su cauce hacia la planta procesadora de Puengasí y varios kilómetros después, por el sector de Molinuco, otro tanto de agua se desvía para alimentar al reservorio de Guangopolo, donde se genera una fracción de la electricidad que consumimos (Freile y Fabara, 2009).

#### *2.1.4.4 Clima*

La temperatura media anual es de 12 grados centígrados, los meses más cálidos son marzo, mayo, y agosto y los meses más fríos son enero, febrero, y julio. Se registra una precipitación media anual de 1114,82 mm, con un promedio mensual de 113,41 m.m. en diciembre se presencia la precipitación máxima y en junio, julio y agosto ocurre la precipitación mínima (INAMHI, 2014).

#### *2.1.4.5 Riesgo Volcánico*

La última erupción del volcán Cotopaxi en junio de 1877, muestra que el flujo de lodo alcanzó una altura de treinta y tres metros, sobrepasando cinco metros la barrera natural que tiene la Caldera afectando al barrio el Vallecito (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012).

Existen dos hipótesis si ocurriría nuevamente la erupción del volcán Cotopaxi; la primera es que los flujos de lodo que circularían por el río Pita alcanzarían los 200 metros aproximadamente, y la segunda es que la erupción no tenga la misma magnitud por lo tanto la altura del flujo de lodo no sobrepasaría el sector de La Caldera, conduciéndose únicamente por el río Pita (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012). Cabe recalcar que la Caldera se encuentra a una distancia de 25 Km desde el cráter del Volcán Cotopaxi.

### **2.1.5 Características bióticas de la cascada Cóndor Machay**

#### *2.1.5.1 Vegetación*

Según Sierra (1999) citado en el estudio realizado por el Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo (2009), durante el recorrido hacia la cascada Cóndor Machay existen tres tipos de vegetación. Cabe recalcar que debido a la fragmentación que ha sufrido el área no se han registrado especies endémicas.

#### 2.1.5.1.1 Bosque de neblina montano (Bnm)

La copa de los árboles alcanza una altura de 20 a 25 m; se caracteriza por la excesiva aparición de musgos, orquídeas, helechos y bromelias (Valencia *et al.* 1999).

*Datos Ecológicos:* Llega hasta los 3000 msnm, con una precipitación de 2250 a 3000 mm y una temperatura de 16 a 20 grados, aparece en zonas de estribaciones montañosas, con pendientes pronunciadas.

*Vegetación:* Árboles como el *Myrcianthes rhopaloides* (arrayán), *Ficussubandina* (higuerón o matapalo), *Hedyosmun cuatrecazanum* (tarqui o granizo), *Euphorbia laurifolia* (lechero), *Hyeronima duquei* (motilón grande), *Sapium marmierii* (cauchillo), *Croton magdalenensis* (sangre de drago), *Barnadesia parvifolia* (espino blanco), *Citronella* sp. (durazno), *Erythrina edulis* conocido como porotón.

En el estrato arbustivo se encuentra: *Tibouchina lepidota* (flor de mayo), *Myrica pubescens* (laurel de cera), *Chusqueascandens*, *Chusquea* spp. (suro), *Dendrophorbiunlloensis*, *Acalypha diversifolia*, *Tessaria integrifolia* (olivo).

El sotobosque está representado por algunos arbustos y herbáceas como: *Cyclathus bipartitus*, *Renealmia andina*, *Miconia debilis*, *Diplazium* sp., *Tectaria cf. Antioquiana*, *Thelypteris giganteum*, *Dydimoclaena truncatula*, *Piper* sp., *Peperomia* sp., entre otras.

Y las epífitas que son un grupo dominante en este tipo de formación vegetal como son: los musgos, orquídeas y bromelias; la mayoría de árboles tiene sus troncos y ramas cubiertos de estas plantas algunas de las más importantes son: *Asplenium serratum*, *A. auritium*, *Elaphoglossum* sp., *Guzmania* sp., *Thillandsia* sp., *Philodendron* sp., entre otras.

#### 2.1.5.1.2 Bosque siempre verde montano alto (Bsvma)

Este tipo de bosque presenta vegetación de transición entre bosque y páramo, su principal característica es la forma de crecimiento inclinado de los tallos y la gran cantidad de musgos (Valencia *et al.* 1999).

*Datos Ecológicos:* este tipo de bosque se presenta a lo largo de los senderos a manera de una franja, se ubica entre los rangos altitudinales de 2600 a 4000 msnm, con una precipitación de 1000 a 2000 mm y a una temperatura promedio de 6 a 10 grados.

*Vegetación:* existe en el dosel árboles con una altura entre 15 y 20 m y árboles emergentes, entre las especies más frecuentes que se encuentran en el dosel son:

*Verbesina nudipes*, *Saurauia bullosa*, *Oreopanax mucronulatus*, *O. seemannium* (pumamaquis), *Brunellia pauciflora*, *Hedyosmum cumbalense* (olloco), *Cletra ferruginea*, *Miconia tomentosa*, *Miconia bracteolosa* conocidos como (amarillo), *M. pustulata* (colca), *Myrsine coriacea*, *Myrcianthes rhopaloides* (arrayán), *Prunus rugosa* (pandala), *Escallonia paniculata* (charmuelán), *Symplocos quitenses*, *Frezeria canesnecens* (cucharo), *Aegiphila monticola* (uvillo).

El dosel inferior está compuesto también por árboles pequeños y arbustos de hasta 10 m., las especies frecuentes aquí son: *Tournefortia scabrida*, *Tibouchina mollis* *Sessea crassivenos*, *Gaiadendrom punctatum* (matial), *Escallonia myrtilloides* (cerotillo), *Piper carpunya*, *Palicourea amethystina* (cafetillo), *Oreopanax seemannium* (pumamaqui).

El sotobosque y el estrato herbáceo se caracterizan por la presencia de colchones de materia orgánica y hojarasca, las especies frecuentes en esta formación son: *Gunnera brephogea*, *Blechnum schomburgii*, *B. odorata*, *Neprolepis pendula*, *Desfontania espinosa*, *Berberis cf. Hallii*, *Rhynchospora sp.*, *Uncinia hamata*, *Pernnetya próstata*, *Disterigma acuminata*, *Macleania cordifolia* (hualicón), *Rubus bogotensis* (mora).

En algunas zonas del bosque encontramos colonias de bromelias especialmente *Pitcairnia sp.*, las epifitas *Guzmania sp.*, *Hymenophyllum fucoiodes*, *Asplenium uniseriale*, *Blechnum wardiae*, *Elaphoglossum spp.* (helechos), las orquídeas, *Pleurothallis caballina*, *Lephantes sp.*, *Masdevallia sp.*, *Oncidium spp.*, *Epidendrum frigidum*.

#### 2.1.5.1.3 Matorral húmedo montano (Mhm)

Se puede localizar en valles que forman las cordilleras y en ocasiones se encuentran en matorrales asociados con bosque; otros se encuentran en las quebradas con pendientes muy fuertes; y en la zona plana esta formación ya no existe ya que ha sido sustituida por cultivos y bosques de eucalipto (Valencia et al. 1.999).

*Datos Ecológicos:* existen arbustos y herbáceas, que están entre los 2900 a 3200 msnm, con una precipitación promedio de 1.000 a 1.500mm y una temperatura promedio de 8 a 18 grados centígrados.

*Vegetación:* la vegetación original existe en forma de remanentes pequeños, que principalmente se encuentran en quebradas aledañas al sendero o en las estribaciones.

Las especies arbóreas características de esta formación son: *Alnus acuminata* (aliso), *Phyllanthus salveifolius* (cedrillo), *Cedrela montana* (cedro andino), *Myrcianthes rhopaloides* (arrayán), *Oreopanax mucronulatus* (pumamaqui), *Solanum crinitipes*, *Cestrum peruvianum*, *Inga insignis* (guaba navaja), *Vallea stipularis* (sacha capulí), *Prunus serotina* (capulí), *Buddleja bullata* (quishuar), *Schinus molle* (molle).

Los arbustos que conforman esta vegetación estos son: *Baccharis latifolia* (chilca), *Phenax rugosa*, *Bohemeria fallax*, *Barnadesia parviflora*, *Durantha triacantha* (motecaha), *Piper barbatum* (nudillo), *Badilloa salicina*, *Otholobium munyense*, *O. mexicanum* (trinitaria), *Cleome anómala*, *Cytharexylon montanum*, *Dalea mutissii*, *Hesperomeles heterophylla*, *Monnina obovata*, *Cortaderia nitida* (sigze), *Coriaria ruscifolia* (shanshi), *Brugmansia sanguínea* (guanto), *Euphorbia laurifolia* (lechero).

Según el estudio realizado por el Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo (2009) se encuentran dos tipos más de vegetación en el sendero hacia la cascada y son:

#### 2.1.5.1.4 Vegetación en regeneración natural (propia de la cascada)

Se refiere a la vegetación que conforma los bosques y que actualmente se hallan en etapa de regeneración natural.

*Datos Ecológicos:* es la vegetación arbustiva o de matorral, que hace referencia a la vegetación de regeneración en una segunda fase de recuperación, posterior a las hierbas y previo a la fase de regeneración arbórea.

*Vegetación:* se encuentra en algunos casos entremezclada con *Chusquea scandens* (suro), *Euphorbia lechlerii* (lechero), *Isertia alba*, *Barnadesia arbórea*, *Piper aduncum* (matico de cerro), *Alnus acuminata* (aliso), *Graffenrieda harlingii*, *Baccharis trinervis* (chilca), *Rubus bogotensis* (mora), *Cleome anómala*, *Palicourea amethystine*, *Urera arborea*, *Meriania máxima*, *Ardisia sp.*, *Piper aduncum*, *Croton lechlerii* (sangre de drago), *Guzmania sanguínea*, *Tillandsia complanata* (huaicundo), *Epidendrum jamesonis* (orquídea).

La mezcla del suro *Chusquea scandens*, con arbustos como: *Baccharis trinervis* y *Baccharis sp.*, (chilca); *Macleania cordifolia* (joyapa), *Epidendrum jamesonii*, *Elleanthus capitatus* (orquídea), *Ageratina pseudochilca*, *Elaphoglossum sp.*, (orquídea), *Pernnetya prostrata*, *Chusquea scandens* (suro), otros helechos dominantes como: *Pteridium aquilinum* (llashipa).

#### 2.1.5.1.5 Vegetación Cultivada de Eucalipto (propia de la cascada)

*Datos Ecológicos:* son bosques de eucalipto (*Eucalyptus globulus*) que se encuentran especialmente en las partes más altas del cañón y en algunas estribaciones, los árboles alcanzan una altura de 25 a 35 m., y diámetros de 35 hasta 85 cm.

Durante el sendero hacia la cascada se forman diferentes hábitats, de los que depende la vida de especies de flora y fauna. Se ha conservado pequeños remantes de flora nativa que sirven como refugio para especies de fauna, encontrando una gran variedad de colibríes, pavas de monte, guardianes del río; los bosques han sido fragmentados es por eso no se encuentran especies maderables característicos de la zona como el cedro de montaña, encinos, quishuar, entre otros.

Los bosques forman un elemento importante ya que son protectores de la cuenca del río Pita, poseen un enorme potencial paisajístico, farmacéutico, son reguladores hídricos, y son importantes para aprovecharlos en investigación y/o ecoturismo, así también como fuentes semilleras y de conservación de suelos.

En algunos sitios del sendero la cobertura vegetal ha sido reemplazada por cultivos de eucalipto (*Eucalyptus globulus*) y pastizales como kikuyo (*Pennisetum clandestinum*). La aparición de eucaliptos afecta a los suelos donde se desarrollan porque son de rápido crecimiento y necesitan de abundante agua y nutrientes.

También se encuentran especies arbustivas que se entremezclan con algunos árboles, son motor de la biodiversidad porque la fauna nativa encuentra alimentos y los suelos estabilidad.

El suro (*Chusquea sp.*) al igual que el eucalipto dominan el paisaje en algunas partes del sendero debido a su rápida dispersión y a que no permiten la entrada de otras especies. El suro afecta la diversidad pero agarra fuertemente los suelos y les proporciona estabilidad. Se puede recalcar que el playón de Cóndor Machay hay una vegetación densa y conservada.

#### 2.1.5.2 Avifauna

En el sendero se identificaron 41 especies de aves, las cuales se congregan en 18 familias y ocho órdenes. El cañón del río Pita se ha convertido en el principal refugio para las especies de aves, es por eso que la pérdida o alteración del ecosistema que rodea este sitio afectará principalmente a las aves.

Es importante recalcar que en el sendero se ha encontrado pavas de monte (*Penelope montagnii*), algo que no es muy común en sitios cercanos a poblados y eso es una muestra de que no se efectúan actividades de cacería.

**Cuadro 2:** Lista de Especies Registradas

<i>Nombre científico</i>	<i>Nombre en español</i>
<b>GALLIFORMES</b>	
<b>Cracidae</b>	
<i>Penelope montagnii</i>	Pava Andina
<b>CATHARTIFORMES</b>	
<b>Cathartidae</b>	
<i>Coragyps atratus</i>	Gallinazo negro
<b>ACCIPITRIFORMES</b>	
<b>Accipitridae</b>	
<i>Buteo polyosoma</i>	Gavilán Variable
<b>FALCONIFORMES</b>	
<b>Falconidae</b>	
<i>Falco sparverius</i>	Cernícalo Americano
<i>Phalcoboenus carunculatus</i>	Caracara Curiquingue
<b>COLUMBIFORMES</b>	
<b>Columbidae</b>	
<i>Zenaidura macroura</i>	Tórtola orejuda
<i>Patagioenas fasciata</i>	Paloma Collareja
<i>Columba livia</i>	Opalóna Doméstica
<b>APODIFORMES</b>	
<b>Apodidae</b>	
<i>Streptoprocne zonaris</i>	Vencejo Cuelliblanco
<b>Trochilidae</b>	
<i>Lesbia victoriae</i>	Colacintilo Coliverde
<i>Colibri coruscans</i>	Orejivioleta Ventriazul
<i>Eriocnemis luciani</i>	Zamarrillo Colilargo

<i>Lafresnaya lefresnayi</i>	Colibrí Terciopelo
<i>Ensifera ensifera</i>	Colibrí Picoespada
<i>Metallura tyrianthina</i>	Metalura Tiria
<i>Patagona gigas</i>	Colibrí Gigante
<b>PICIFORMES</b>	
<b>Picidae</b>	
<i>Piculus rivolii</i>	Carpintero Dorsicarmesí
<b>PASSERIFORMES</b>	
<b>Furnaridae</b>	
<i>Synallaxis azarae</i>	Colaespina de Azara
<i>Margarornis squamiger</i>	Subepalo Perlado
<b>Grallariidae</b>	
<i>Grallaria ruficapilla</i>	Gralaria Coronicastaña
<b>Tyrannidae</b>	
<i>Anairetes parulus</i>	Cachudito torito
<i>Elaenia albiceps</i>	Elaenia Crestiblanca
<i>Ochthoeca fumicolor</i>	Pitajo Dorsipardo
<i>Fluvicola pica</i>	Tirano de Agua Pinto
<i>Myiotheretes striaticollis</i>	Alinaranja Golilistada
<b>Cotingidae</b>	
<i>Ampelion rubrocristatus</i>	Cotinga crestirroja
<b>Hirundinidae</b>	
<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>	Golondrina cyanoleuca
<b>Trogloditidae</b>	
<i>Pheugopedius euophrys</i>	Sotorrey Colillano
<b>Parulidae</b>	
<i>Myioborus melanocephalus</i>	Candelita de Anteojos
<i>Basileuterus nigrocristatus</i>	Reinita Crestinegra
<i>Basileuterus coronatus</i>	Reinita Coronirrojiza
<b>Turdidae</b>	
<i>Turdus fuscater</i>	Mirlo grande
<b>Tharaupidae</b>	
<i>Conirostrum cinereum</i>	Picocono Cinereo

<i>Diglossa humeralis</i>	Pinchaflor negro
<i>Buthraupis montana</i>	Tangara Montana Enmascarada
<i>Dubusia taeniata</i>	Tangara-Montana Pechianteada
<i>Anisognathus igniventris</i>	Tangara-Montana Ventriescarlata
<b>Emberizidae</b>	
<i>Atlapetes latinuchus</i>	Matorralero Nuquipálido
<i>Zonotrichia capensis</i>	Chingolo

Fuente: Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009

*Endemismo:* del listado de especies registradas se encuentra el ave *Phalcoboenus carunculatus* (Caracara Curiquingue), la cual está registrada dentro del área endémica “Laderas y Valles Interandinos” y se encuentra restringida al “Bioma Páramo de los Andes Centrales”, por lo tanto estos registros tienen importancia mundial ya que significa que existe un hábitat relativamente intacto y homogéneo.

*Estatus de Conservación:* en el sendero no se registró ninguna especie que se encuentre dentro de alguna categoría del libro rojo de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Pero diez especies de las registradas sí se encuentran dentro del Apéndice II del Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) el cual incluye a especies que no se encuentran necesariamente en peligro de extinción, pero cuyo comercio debe controlarse a fin de evitar una utilización incompatible con su supervivencia.

**Cuadro 3:** Especies de aves registradas en el Apéndice II de la CITES

<b>Nombre Científico</b>	<b>Nombre en Español</b>
<i>Buteo polyosoma</i>	Gavilán Variable
<i>Falco sparverius</i>	Cernícalo Americano
<i>Phalcoboenus carunculatus</i>	Caracara Curiquingue
<i>Lesbia victoriae</i>	Colacintilo Coliverde
<i>Colibri coruscans</i>	Orejivioleta Ventriazul
<i>Eriocnemis luciani</i>	Zamarrito Colilargo
<i>Lafresnaya lefresnayi</i>	Colibrí Terciopelo
<i>Ensifera ensifera</i>	Colibrí Picoespada
<i>Patagona gigas</i>	Colibrí Gigante

Fuente: Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009

### **2.1.6 Servicios turísticos**

En cuanto se refiere a los servicios turísticos en “La Caldera”, sitio donde se encuentra la entrada que conduce hacia la cascada no existen lugares de alojamiento ni de alimentación, sin embargo a unos pocos kilómetros se enlista los prestadores de servicios que existen en el barrio el Vallecito como el Restaurante Comunitario el Vallecito, el Paradero Cóndor Machay y la Hostería Los Alisos; y en el barrio Tanipamba existe el Paradero Alcocer, la Hostería El Cucayo y la Hostería la Caldera; lugares que brindan servicio de alimentación, cabalgatas y hospedaje (GAD Parroquial de Rumipamba, 2012, p. 47).

### **2.1.7 Publicidad**

La publicidad de la cascada Cóndor Machay por parte del GAD de Rumiñahui conjuntamente con la Dirección de Turismo no es suficiente debido a que solo utilizan *brochures* y páginas web del cantón, las cuales están desactualizadas. Al igual que la Junta Parroquial de Rumipamba no tiene habilitada su página web y no hay otro medio de publicidad.

Por lo tanto indirectamente son los sitios de alojamiento que se encuentran alrededor los que dan a conocer el lugar como: Hostal de los Volcanes, Cotopaxi Pungo, Alisos *lodge*, Hostería El Cucayo, conjuntamente con las agencias de viaje que ofrecen recorridos hacia la cascada como: *Aventure Equateur* y *Ruta Cero*.

### 2.1.8 Capacidad de carga en la cascada Cóndor Machay

El resultado de la capacidad de carga efectiva que realmente debe tener la cascada Cóndor Machay es de 268 visitantes por día y se deben organizar en grupos de diez visitantes más el guía de lo contrario afecta a la satisfacción del visitante y la alteración del lugar. Sin embargo el resultado de la capacidad de carga efectiva puede variar dependiendo de los cambios que se pueden dar en los factores del el lugar, como por ejemplo aumento de infraestructura.

**Tabla 1:** Resultados de la Capacidad de Carga

<b>Capacidad de Carga</b>	<b>Sendero Cascada Cóndor Machay</b>
CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA (CCF)	7875 visitas/día
Factor Social (FCsoc)	0.066
Factor de Accesibilidad (FCacc)	0.981
Factor de Cierres Temporal (FCctem)	0.857
CAPACIDAD DE CARGA REAL (CCR)	437 visitas/día
CAPACIDAD DE MANEJO (CM)	61.33%
CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)	268 visitas/día

Fuete: Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo, 2009

## 2.2 Matriz de diagnóstico: FODA

**Cuadro 4: FODA**

Fortalezas	Oportunidades
Acciones de coordinación institucional.	Existencia de un patrimonio natural con potencial inexplorado.
Dispone de una Dirección de Turismo.	Elevado interés por el turismo de naturaleza.
Dispone de presupuesto económico para el área turística.	Visitantes atraídos por la belleza natural.
Administra un atractivo natural poco explotado.	Biodiversidad en flora y fauna.
Mantiene los senderos de la cascada en buen estado.	Incremento de operadoras turísticas interesadas en promocionar la cascada.
	Servicios de alimentación y alojamiento en el Barrio Vallecito y Tanipamba.
	Junta Parroquial de Rumipamba interesada en explotar el turismo.
	Junta Parroquial de Rumipamba deseosa de mantener en buen estado las vías de transporte.
	Existencia de patrimonios culturales e históricos en la parroquia.
	El turismo refleja bajo impacto socioeconómico para la comunidad.
	Altos índices de producción ganadera y agrícola.
	Vías accesibles.
	Visitantes con deseos de repetir la experiencia turística.
	Visitantes sí recomendarían la cascada.

Debilidades	Amenazas
Inexistencia de un modelo de gestión turística.	Alto grado de riesgos naturales: erupción, sismos, deslaves.
Falta de conocimiento de la demanda potencial.	Elevados índices de pobreza.
Inexistencia de estudios de mercado.	Insuficientes fuentes de trabajo para los pobladores.
Inadecuada estrategia de comercialización.	Deficiente cobertura de servicios básicos.
Escasa y desactualizada información en las páginas web.	Contaminación del sistema hídrico y del medio ambiente.
Ausencia de normas de control y comportamiento del visitante.	Quema y deforestación de los bosques.
Inadecuado manejo de los indicadores de demanda.	Reducción de la inversión pública.
Limitada infraestructura turística.	Alta estacionalidad del atractivo turístico.
Insuficiente señalización turística en el sendero y en las vías.	Alto nivel de competencia turística.
Altos índices de inseguridad en los senderos por la noche.	Insuficiente calidad de los servicios ofertados.
Ausencia de servicios fundamentales: alimentación.	Vías de acceso estrechas.
Ausencia de actividades de recreación.	Transporte público con frecuencias limitadas.
Falta de guías turísticos.	Falta de posicionamiento del atractivo turístico.
Carencia de servicios asistenciales médicos.	
Ausencia de un centro de información turística.	
Presupuesto reducido para la gestión turística.	

## 2.3 Matriz de Evaluación de Factores Internos

Tabla 2: MEFI

Fortalezas	Ponderación	Calificación	Peso Ponderado
Acciones de coordinación institucional.	0,05	3	0,15
Dispone de una Dirección de Turismo.	0,06	4	0,24
Dispone de presupuesto económico para el área turística.	0,08	4	0,32
Administra un atractivo natural poco explotado.	0,06	4	0,24
Mantiene los senderos de la cascada en buen estado.	0,04	3	0,12
Debilidades			
Inexistencia de un modelo de gestión turística.	0,08	1	0,08
Falta de conocimiento de la demanda potencial.	0,04	2	0,08
Inexistencia de estudios de mercado.	0,04	1	0,04
Inadecuada estrategia de comercialización.	0,04	1	0,04
Escasa y desactualizada información en las páginas web.	0,04	1	0,04
Ausencia de normas de control y comportamiento del visitante.	0,04	1	0,04
Inadecuado manejo de los indicadores de demanda.	0,04	2	0,08
Limitada infraestructura turística.	0,04	1	0,04
Insuficiente señalización turística en el sendero y en las vías.	0,04	1	0,04
Altos índices de inseguridad en los senderos por la noche.	0,04	1	0,04
Ausencia de servicios fundamentales: alimentación.	0,04	1	0,04
Ausencia de actividades de recreación.	0,04	1	0,04
Falta de guías turísticos.	0,04	1	0,04
Carencia de servicios asistenciales médicos.	0,04	2	0,08
Ausencia de un centro de información turística.	0,03	2	0,06
Presupuesto reducido para la gestión turística.	0,08	1	0,08
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>1,93</b>

El resultado del total ponderado máximo que puede llegar a tener una administración o entidad es de 4.0 y el resultado mínimo puede ser de 1.0. En el caso de la cascada Cónдор Machay el resultado peso ponderado total es de 1.93, el cual representa que no se utilizan adecuadamente las fortalezas. Prevalen las debilidades internas del sitio. Por lo tanto se deben eliminar las debilidades y potenciar las fortalezas que tiene el lugar.

## 2.4 Matriz de Evaluación de Factores Externos

**Tabla 3: MEF**

Oportunidades	Ponderación	Calificación	Peso Ponderado
Existencia de un patrimonio natural con potencial inexplorado.	0,05	1	0,05
Elevado interés por el turismo de naturaleza.	0,04	3	0,12
Visitantes atraídos por la belleza natural.	0,03	3	0,09
Biodiversidad en flora y fauna.	0,02	2	0,04
Incremento de operadoras turísticas interesadas en promocionar la cascada.	0,04	3	0,12
Servicios de alimentación y alojamiento en el Barrio Vallecito y Tanipamba.	0,04	3	0,12
Junta Parroquial de Rumipamba interesada en explotar el turismo.	0,04	2	0,08
Junta Parroquial de Rumipamba deseosa de mantener en buen estado las vías de transporte.	0,05	4	0,20
Existencia de patrimonios culturales e históricos en la Parroquia.	0,02	1	0,02
El turismo refleja bajo impacto socioeconómico para la comunidad.	0,04	1	0,04
Altos índices de producción ganadera y agrícola en la Parroquia.	0,02	1	0,02
Vías accesibles.	0,05	4	0,20
Visitantes con deseos de repetir la experiencia turística.	0,04	3	0,12
Visitantes sí recomendarían la cascada a otras personas.	0,04	3	0,12
<b>Amenazas</b>			
Alto grado de riesgos naturales: erupción, sismos, deslaves.	0,09	1	0,09
Elevados índices de pobreza.	0,03	2	0,06
Insuficientes fuentes de trabajo para los pobladores.	0,03	2	0,06

Deficiente cobertura de servicios básicos.	0,03	2	0,06
Contaminación del sistema hídrico y del medio ambiente.	0,03	2	0,06
Quema y deforestación de los bosques.	0,03	2	0,06
Reducción de la inversión pública.	0,05	1	0,05
Alta estacionalidad del atractivo turístico.	0,03	1	0,03
Alto nivel de competencia turística.	0,03	2	0,06
Insuficiente calidad de los servicios ofertados.	0,04	1	0,04
Vías de acceso estrechas.	0,03	1	0,03
Transporte público con frecuencias limitadas.	0,03	1	0,03
Falta de posicionamiento del atractivo turístico.	0,03	1	0,03
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,00</b>

El resultado del total ponderado más alto que puede llegar a tener una administración o entidad es de 4.0, el resultado más bajo puede ser de 1.0. En el caso de la cascada Cóndor Machay el peso ponderado total es de 2.0, el cual muestra que la administración está desaprovechando las oportunidades existentes en la Parroquia de Rumipamba. Por lo tanto se deben desarrollar nuevas estrategias para obtener mejores resultados.

## 2.5 Diagnóstico Estratégico

El diagnóstico estratégico permite identificar las áreas defensivas y ofensivas del sitio turístico; análisis que parte de la información obtenida por el FODA.

### 2.5.1 Áreas ofensivas

*Fortalezas:*

- Acciones de coordinación institucional. (F1)
- Dispone de una Dirección de Turismo. (F2)
- Dispone de presupuesto económico para el área turística. (F3)
- Administra un atractivo natural poco explotado. (F4)
- Mantiene los senderos de la cascada en buen estado. (F5)

*Oportunidades:*

- Existencia de un patrimonio natural con potencial inexplorado. (O1)
- Elevado interés por el turismo de naturaleza. (O2)

- Visitantes atraídos por la belleza natural. (O3)
- Biodiversidad en flora y fauna. (O4)
- Incremento de operadoras turísticas interesadas en promocionar la cascada. (O5)
- Servicios de alimentación y alojamiento en el Barrio Vallecito y Tanipamba. (O6)
- Junta Parroquial de Rumipamba interesada en explotar el turismo. (O7)
- Junta Parroquial de Rumipamba deseosa de mantener en buen estado las vías de transporte. (O8)
- Existencia de patrimonios culturales e históricos en la Parroquia. (O9)
- El turismo refleja bajo impacto socioeconómico para la comunidad. (O10)
- Altos índices de producción ganadera y agrícola en la Parroquia. (O11)
- Vías accesibles. (O12)
- Visitantes con deseos de repetir la experiencia turística. (O13)
- Visitantes sí recomendarían la cascada a otras personas. (O14)

**Tabla 4:** Diagnóstico de Áreas Ofensivas

	<b>F1</b>	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>F4</b>	<b>F5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>O1</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>
<b>O2</b>	3	5	3	4	4	19
<b>O3</b>	4	4	4	4	4	20
<b>O4</b>	3	4	4	3	4	18
<b>O5</b>	3	5	2	3	3	16
<b>O6</b>	3	4	2	1	3	13
<b>O7</b>	5	5	5	5	5	<b>25</b>
<b>O8</b>	5	3	5	2	5	20
<b>O9</b>	2	5	2	1	1	11
<b>O10</b>	5	5	5	5	4	<b>24</b>
<b>O11</b>	2	1	2	1	1	7
<b>O12</b>	5	3	5	3	5	21
<b>O13</b>	5	5	1	1	4	16
<b>O14</b>	4	5	1	1	4	15
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>59</b>	46	39	<b>52</b>	

Después del análisis de áreas ofensivas se ha determinado que las oportunidades y fortalezas con mayor puntuación serán utilizadas positivamente en la propuesta de modelo de gestión. Entre las oportunidades que tiene la cascada Cóndor Machay son:

existencia de un patrimonio natural con potencial inexplorado, Junta Parroquial de Rumipamba interesada en explotar el turismo y bajo impacto socioeconómico para la comunidad. Y las tres fortalezas son: acciones de coordinación institucional, disponer de una Dirección de Turismo y el buen mantenimiento de los senderos de la cascada en buen estado.

### **2.5.2 Áreas defensivas**

#### *Debilidades:*

- Inexistencia de un modelo de gestión turística. (D1)
- Falta de conocimiento de la demanda potencial. (D2)
- Inexistencia de estudios de mercado. (D3)
- Inadecuada estrategia de comercialización. (D4)
- Escasa y desactualizada información en las páginas web. (D5)
- Ausencia de normas de control y comportamiento del visitante. (D6)
- Inadecuado manejo de los indicadores de demanda. (D7)
- Limitada infraestructura turística. (D8)
- Insuficiente señalización turística en el sendero y en las vías. (D9)
- Altos índices de inseguridad en los senderos por la noche. (D10)
- Ausencia de servicios fundamentales: alimentación. (D11)
- Ausencia de actividades de recreación. (D12)
- Falta de guías turísticos. (D13)
- Carencia de servicios asistenciales médicos. (D14)
- Ausencia de un centro de información turística. (D15)
- Presupuesto reducido para la gestión turística. (D16)

#### *Amenazas:*

- Alto grado de riesgos naturales: erupción, sismos, deslaves. (A1)
- Elevados índices de pobreza. (A2)
- Insuficientes fuentes de trabajo para los pobladores. (A3)
- Deficiente cobertura de servicios básicos. (A4)
- Contaminación del sistema hídrico y del medio ambiente. (A5)
- Quema y deforestación de los bosques. (A6)
- Reducción de la inversión pública. (A7)
- Alta estacionalidad del atractivo turístico. (A8)

- Alto nivel de competencia turística. (A9)
- Insuficiente calidad de los servicios ofertados. (A10)
- Vías de acceso estrechas. (A11)
- Transporte público con frecuencias limitadas. (A12)
- Falta de posicionamiento del atractivo turístico. (A13)

**Tabla 5:** Diagnóstico de Áreas Defensivas

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	TOTAL
<b>D1</b>	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	<b>59</b>
<b>D2</b>	1	3	5	2	3	3	3	5	4	5	4	4	5	47
<b>D3</b>	2	3	5	2	1	1	4	5	4	5	1	2	5	40
<b>D4</b>	1	3	5	1	15	1	4	5	4	5	2	3	5	<b>54</b>
<b>D5</b>	2	3	5	1	2	4	2	5	4	5	3	4	5	45
<b>D6</b>	4	3	5	2	5	5	2	3	4	5	1	1	5	45
<b>D7</b>	3	3	4	3	3	4	3	5	4	4	3	3	4	46
<b>D8</b>	4	3	5	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	<b>53</b>
<b>D9</b>	4	3	4	2	3	5	5	4	4	5	1	2	4	46
<b>D10</b>	5	4	5	4	3	5	4	3	4	5	3	1	4	50
<b>D11</b>	1	4	5	4	3	1	4	3	4	5	3	2	5	44
<b>D12</b>	3	4	5	4	3	4	4	3	4	5	3	3	5	50
<b>D13</b>	3	4	5	1	4	4	4	2	4	5	1	1	4	42
<b>D14</b>	5	4	5	4	2	4	4	2	4	5	2	1	3	45
<b>D15</b>	4	4	5	4	4	4	4	2	4	5	1	3	5	49
<b>D16</b>	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	<b>54</b>
<b>TOTAL</b>	49	57	<b>77</b>	48	64	58	62	60	66	<b>79</b>	38	39	<b>72</b>	

El resultado del diagnóstico de áreas defensivas refleja que las debilidades de la cascada Cóndor Machay son: carecer de un modelo de gestión turística, tener una inadecuada estrategia de comercialización, poseer una alta estacionalidad y actualmente se ha reducido el presupuesto para la gestión turística debido a las emergencias nacionales que el país ha presentado en el último mes. Las amenazas son: insuficientes fuentes de trabajo para los pobladores de la parroquia, baja calidad de los servicios ofertados y falta de posicionamiento del atractivo turístico. Puntos que se tomarán en cuenta para plantear alguna alternativa de solución en la propuesta del modelo de gestión.

## 2.6 Diagnóstico de Actores Involucrados

**Tabla 6:** Diagnóstico de Actores Involucrados

Actores e involucrados	Interés	Poder	Total	Motivo
Asamblea Nacional de la República del Ecuador	3	3	9	Crear y aprobar leyes.
Ministerio de Turismo - MINTUR	1	3	3	Contribuir a la capacitación del personal de la cascada, promocionar y/o proporcionar recursos económicos para mejorar el sitio turístico.
Ministerio del Ambiente - MAE	-2	3	-6	Reducir la vulnerabilidad e impacto ambiental.
Ministerio de Transporte y Obras Públicas - MTOP	1	3	3	Construir, conservar, reparar y/o ampliar las vías. Además brindar una red de transportes seguros.
Ministerio de Cultura y Patrimonio	-1	3	-3	Incentivar la libre producción artística, difusión y disfrute del patrimonio.
Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información - MINTEL	-1	3	-3	Coordinar el acceso igualitario a los servicios tecnológicos y asegurar el avance hacia la sociedad de la información.
Ministerio de Salud Pública	1	3	3	Proveer de un centro de atención médica.
Secretaría Gestión de Riesgos	3	3	9	Informar sobre el estado actual del volcán Cotopaxi y/o de sismos.
Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología - INAMHI	2	3	6	Avisar sobre las variaciones de los niveles de agua; sobre el movimiento y fuerza del viento para conocer la dispersión de la ceniza volcánica ante una posible erupción.

Instituto Ecuatoriano Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre - INEFAN	-2	3	<b>-6</b>	Conservar el ecosistema y especies de flora y fauna en estado silvestre.
GAD Provincial de Pichincha	1	3	3	Fomentar el desarrollo sustentable, la gestión ambiental con criterios de eficacia, imponer políticas de construcción y promoción de equidad e inclusión en la circunscripción territorial.
GAD Municipal de Rumiñahui	3	3	<b>9</b>	Apoyar económicamente al sector turístico, ser el ente legal y otorgar permisos.
Dirección de Turismo de Rumiñahui	2	2	4	Promocionar los atractivos turísticos.
Junta Parroquial de Rumipamba	3	3	<b>9</b>	Ser el ente administrativo y apoyar económicamente a la comunidad a través del Turismo.
Servicio de Rentas Internas	1	3	3	Exigir el cumplimiento de las obligaciones de las tributarias.
Policía Nacional Rumipamba	2	1	2	Institución armada técnicamente y especializada para atender la seguridad y orden público.
EQ 911	2	1	2	Atender inmediatamente situaciones de emergencia.
Empresa Municipal de Agua Potable - EMAAP	1	1	1	Suministrar agua potable al sector.
Empresa Eléctrica	1	1	1	Dotar de alumbrado público.
Neflife Internet	2	1	2	Brindar servicio de internet.
Cooperativa de buses Calsig	2	1	2	Ofrecer servicio de transporte público.

Cooperativa de camionetas Rumiñahui	3	1	3	Facilitar el acceso hacia la cascada.
Universidades y Centros de Educación Superior de Rumiñahui	1	2	2	Aportar a la investigación del sitio turístico (flora, fauna, estudios de factibilidad, etc)
ONG's e Instituciones privadas	2	3	<b>6</b>	Contribuir a la mejora de la calidad de vida de la comunidad a través del turismo.
Colegios y Escuelas de Rumiñahui	2	2	4	Visitar la cascada y romper la estacionalidad.
Hoteles y restaurantes de Rumipamba	3	2	<b>6</b>	Respaldar la actividad turística del sector.
Agencias y Operadoras de Turismo	3	2	<b>6</b>	Ofertar paquetes turísticos que incluyan la visita a la cascada.
Medios de comunicación (revistas, periódicos y radios especializados en temas turísticos)	2	1	2	Conseguir propagandas.
<i>Community manager</i>	3	1	3	Comercializar y posicionar a la cascada.
Capacitadores	3	1	3	Instruir al personal de la cascada.
Personal de construcción (arquitecto, maestros)	3	1	3	Edificar construcciones seguras.
Pobladores de Rumipamba	2	3	<b>6</b>	Ser parte del modelo turístico y obtener beneficios.
Visitantes nacionales	3	3	<b>9</b>	Recibir un servicio de calidad.
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>72</b>	<b>106</b>	

Los actores con mayor poder e interés para que se desarrolle el modelo de gestión son: el GAD Municipal de Rumiñahui; la Junta Parroquial de Rumipamba; los pobladores de la comunidad quienes serán las personas más beneficiadas con este proyecto; los visitantes nacionales quienes recibirán el servicio; los prestadores de servicio como: hoteles y restaurantes de Rumipamba, Agencias y Operadoras de Turismo; Asamblea Nacional de la República del Ecuador, entidad que impone las leyes que están emitidas en el COOTAD; ONG's e Instituciones privadas, de quienes se tratará de buscar donaciones; Secretaría de Gestión de Riesgos y el INAMHI.

## 2.7 Diagnóstico Sistemático

**Tabla 7: Diagnóstico Sistemático**

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total		
Sistema Turístico	Producto Turístico	Atractivos	Atractivos Culturales				6					6		
			Atractivos Naturales						8				8	
			Atractivos Programados				4							4
		Facilidades	Alojamiento					6						6
			Alimentación					6						6
			Transporte			3								3
			Guianza	1										1
			Información Turística				4							4
		Infraestructura	Accesibilidad					6						6
			Señalización					5						5
			Servicios básicos					5						5
			Terminales	1										1
	Actividades	Actividades turísticas				4							4	
	Promoción y comercialización	Página Web			3								3	
		Imagen Corporativa		2									2	
		Participación en ferias		2									2	
		Viajes de prensa	1										1	
		Viajes de familiarización	1										1	
	Visitante	Visitante	Turista Nacional								9		9	
			Turista Internacional	1										1

Entorno	Entorno Social	Tradiciones y costumbres				4									4
		Conflictividad social	1												
	Entorno Político	Nivel de organización											9		9
		Existencia de bases políticas											9		9
	Entorno Económico	Empleo		2											2
		NBI		2											2
	Entorno Ambiental	Orografía							6						6
		Hidrografía									8				8
		Erupciones										9			9
		Fallas tectónicas								7					7
	<b>TOTAL</b>														4,5
	<b>%</b>														45

El resultado del diagnóstico sistemático es del 44,33% lo que refleja que se debe hacer mejoras en el lugar turístico, aprovechando los aspectos positivos que se destacan y que pueden ser aprovechadas en la propuesta de modelos de gestión y son: la riqueza natural, la llegada de visitantes nacionales, la existencia de un nivel de organización parroquial y las políticas gubernamentales existentes. Pero también se debe tomar en cuenta la cercanía al volcán Cotopaxi, la cual en el momento es una amenaza.

## CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO

### 3.1 Metodología de investigación

#### 3.1.1 Métodos

*Inductivo-deductivo:* se utilizará para el análisis de la situación actual para la definición de fortalezas y debilidades; oportunidades y amenazas.

*Deductivo:* se utilizará para la elaboración de las conclusiones que se deriven de los resultados de la encuesta.

*Matemático - Estadístico:* se utilizará en el procesamiento de los datos de la encuesta.

#### 3.1.2 Fuentes de información

Las fuentes de información a utilizarse serán primarias y secundarias:

*Primarias:* observaciones directas a las personas que visitan la cascada Cóndor Machay para fijarse en los intereses que son más acogidos por ellos y que tipo de segmento llegan. Además se aplicarán encuestas de campo.

*Secundarias:* el Plan de Manejo del GAD Parroquial de Rumipamba, el Plan Estratégico de la cascada Cóndor Machay y el Reglamento Orgánico Funcional de la Parroquia son documentos que proporcionan datos generales y específicos de la cascada y de la parroquia; el COOTAD y la Constitución de la República recogen información legal; material promocional del Cantón Rumiñahui; artículos en revistas referentes al atractivo turístico y páginas web donde se encuentre información actualizada.

#### 3.1.3 Las herramientas de información:

##### 3.1.3.1 Técnica de investigación: la encuesta

Para determinar las necesidades y las expectativas de los visitantes que llegan a la cascada Cóndor Machay se utilizará la encuesta. La encuesta es una herramienta de levantamiento de información a través de preguntas claves.

##### 3.1.3.2 Instrumento de recolección de datos: cuestionario

Para la aplicación de la encuesta se empleará el cuestionario. Dicho instrumento contendrá preguntas cerradas, abierta y de selección múltiple.

##### 3.1.3.3 Población

Por desconocer la población objeto de estudio se aplica la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra para una población infinita.

#### 3.1.3.4 Cálculo del tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se utilizan los datos siguientes:

- a. Empleamos el 95% de confianza esto es  $1.96 \sigma$  (sigma),
- b. Probabilidad de ocurrencia es de un 50% a (p)
- c. La probabilidad de no ocurrencia es del 50% a (q),  $(1 - p)$
- d. El margen de error máximo permisible es del 5%.

*Fórmula*

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2} \text{ (Nicolás y Castro, 2005)}$$

Dónde:

Z = nivel de confianza = 1.96 = 95% de confianza.

p = probabilidad de ocurrencia = 0.50

q = probabilidad de no ocurrencia = 0.50

e = error máximo permisible = 0.05

n = número de elementos de la muestra.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

n = 384 visitantes

*Muestra*

La muestra a ser encuestada está constituida para 384 visitantes.

#### 3.1.3.5 Tipo de muestra

Para la selección de la muestra se utilizará el muestreo probabilístico. Específicamente el tipo de muestreo es aleatorio y representativo. Es representativo porque las características de las personas seleccionadas como parte de la muestra son similares a las características de la población (Nicolás y Castro, 2005).

#### 3.1.3.6 Segmento de interés

El segmento para la investigación está enfocado en visitantes que se encuentren visitando la cascada Cóndor Machay.

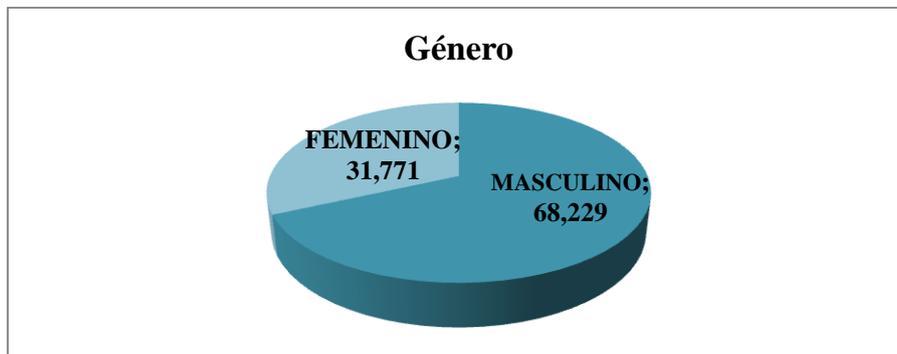
## 3.2 Presentación de resultados de la encuesta

### Pregunta 1: Género

Tabla 8: Género

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
MASCULINO	262	68,229	68,229
FEMENINO	122	31,771	100,000
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

Figura 2: Género



**Análisis:** el 68,22% de los visitantes encuestados son del género masculino. El 31,77% restante son del género femenino.

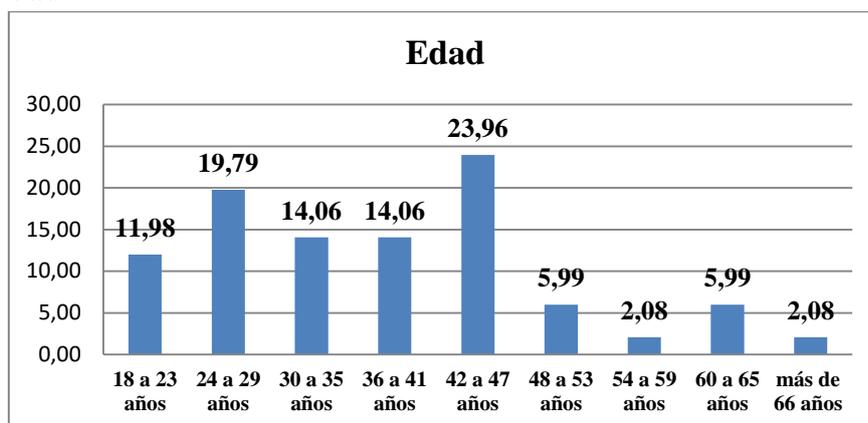
**Interpretación:** los hombres son más partidarios de visitar la Cascada Cóndor Machay.

## Pregunta 2: Edad

Tabla 9: Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
18 a 23 años	46	11,98	11,98
24 a 29 años	76	19,79	31,77
30 a 35 años	54	14,06	45,83
36 a 41 años	54	14,06	59,90
42 a 47 años	92	23,96	83,85
48 a 53 años	23	5,99	89,84
54 a 59 años	8	2,08	91,93
60 a 65 años	23	5,99	97,92
más de 66 años	8	2,08	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

Figura 3: Edad



**Análisis:** el 23,96% de los encuestados comprenden la edad entre 42 a 47 años. El 19,79% la edad de 24 a 29 años. El 14,06% incluye la edad entre 30 a 35 años y de 36 a 41 años. El 11,98% son las personas de 18 a 23 años. Y representando el menor porcentaje las personas que tienen 48 años en adelante.

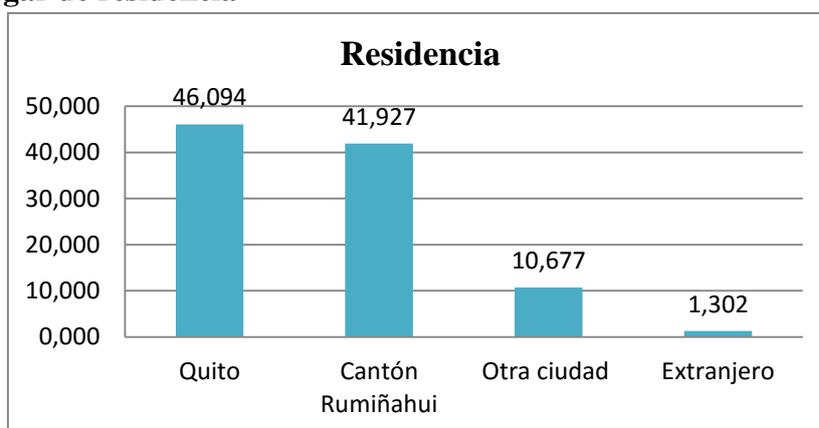
**Interpretación:** la edad predominante de los visitantes que llegan a la cascada Cónдор Machay está en el rango de 42 a 47 años y de 24 a 29 años.

## Pregunta 3: Lugar de residencia

**Tabla 10: Lugar de residencia**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Quito	177	46,094	46,09
Cantón Rumiñahui	161	41,927	88,02
Otra ciudad	41	10,677	98,70
Extranjero	5	1,302	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 4: Lugar de residencia**



**Análisis:** el 46,09% de visitantes que llegan a la cascada Cóndor Machay provienen de la ciudad de Quito. El 41,92% reside en el cantón Rumiñahui. El 10,67% pertenece a otras ciudades del Ecuador y el 1,30% restante son extranjeros.

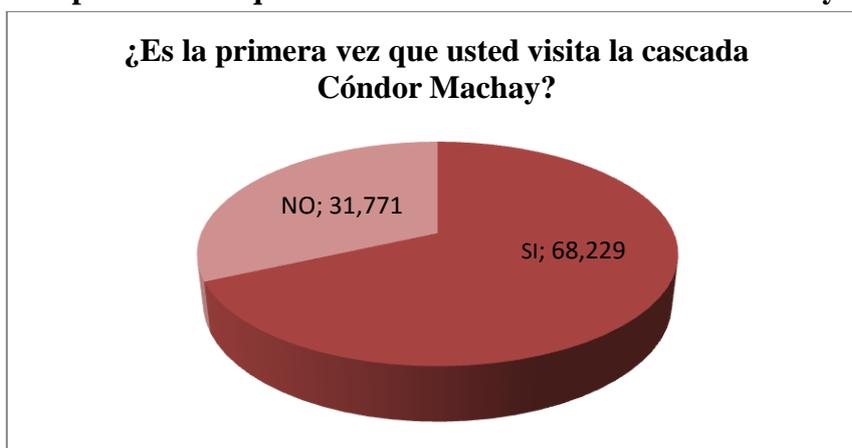
**Interpretación:** los visitantes con nacionalidad ecuatoriana y los que viven en la Provincia de Pichincha, son los que más acuden a la cascada Cóndor Machay.

**Pregunta 4:** ¿Es la primera vez que usted visita la cascada Cóndor Machay?

**Tabla 11:** ¿Es la primera vez que usted visita la cascada Cóndor Machay?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
SI	262	68,229	68,229
NO	122	31,771	100,000
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 5:** ¿Es la primera vez que usted visita la cascada Cóndor Machay?



**Análisis:** el 68,22% de personas visitan la cascada Cóndor Machay por primera vez. El 31,77% restante ya han visitado la cascada anteriormente.

**Interpretación:** un elevado porcentaje de visitantes conocen el sitio turístico por primera vez, es decir que se deben recibir un buen servicio y tener buena experiencia para que esas personas quieran repetir su visita.

**Pregunta 4.1:** ¿Cuántas veces usted ha visitado la cascada?

**Tabla 11.1:** ¿Cuántas veces usted ha visitado la cascada?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Segunda vez	98	80,328	80,33
Tercera vez	24	19,672	100,00
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 5.1:** ¿Cuántas veces usted ha visitado la cascada?



**Análisis:** con relación a la pregunta anterior, del 31,77% de personas que ya han visitado la cascada anteriormente, el 80,33% llega la cascada por segunda vez y el otro 19,67% por tercera vez.

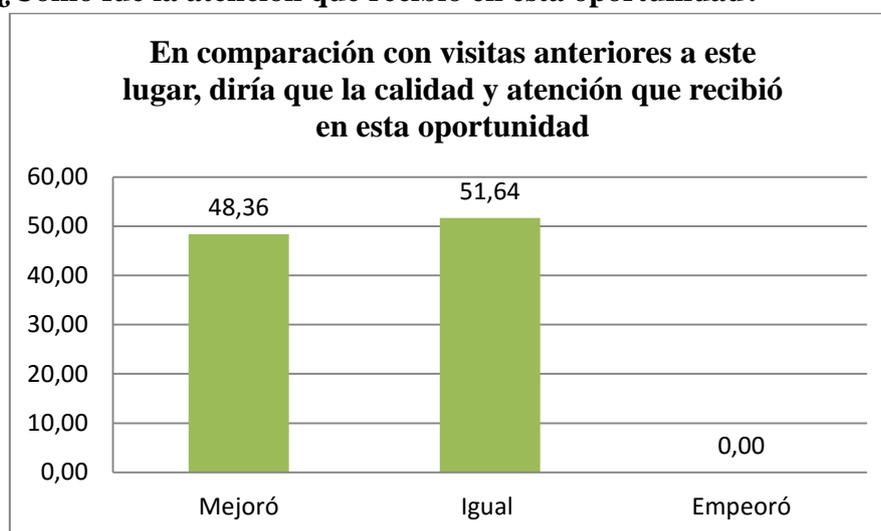
**Interpretación:** la mayoría de visitantes que ya conocían la cascada, repitieron la misma experiencia hasta dos veces porque se sienten atraídos por la belleza natural del sitio.

**Pregunta 5:** En comparación con visitas anteriores a este lugar, diría que la calidad y atención que recibió en esta oportunidad

**Tabla 12: ¿Cómo fue la atención que recibió en esta oportunidad?**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Mejóro	59	48,361	48,36
Igual	63	51,639	100,00
Empeoró	0	0,000	100,00
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 6: ¿Cómo fue la atención que recibió en esta oportunidad?**



**Análisis:** del 31,77% de personas que ya estuvieron en la cascada por segunda y tercera vez, el 51,54% considera que la calidad y atención que recibieron en esta ocasión está igual y el 48,36% opina que mejoró. Cabe recalcar que para ninguna persona la calidad y atención del recurso turístico empeoró.

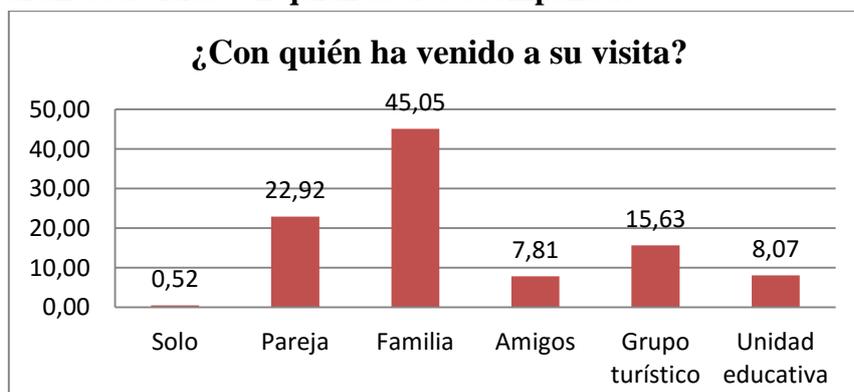
**Interpretación:** los visitantes que piensan que su percepción en el lugar turístico se mantiene igual es porque al repetir su visita no encontraron ninguna mejoría y las personas que sienten que mejoró es porque años anteriores el sitio no tenía ningún tipo de infraestructura y desde el 2007 se le dotó de limitada señalética, de un guarda parque y puentes.

**Pregunta 6:** ¿Con quién ha venido a su visita?

**Tabla 13: Durante su visita con quien estuvo acompañado**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Solo	2	0,52	0,52
Pareja	88	22,92	23,44
Familia	173	45,05	68,49
Amigos	30	7,81	76,30
Grupo turístico	60	15,63	91,93
Unidad educativa	31	8,07	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 7: Durante su visita con quien estuvo acompañado**



**Análisis:** el 45,05% de los encuestados visitan la cascada con su familia. El 22,92% acuden con su pareja sentimental. El 15,63% llega en grupos turísticos. El 8,07% está con profesores de las respectivas unidades educativas. El 7,81% viene acompañados con sus amigos. El 0,52% restante asisten solos.

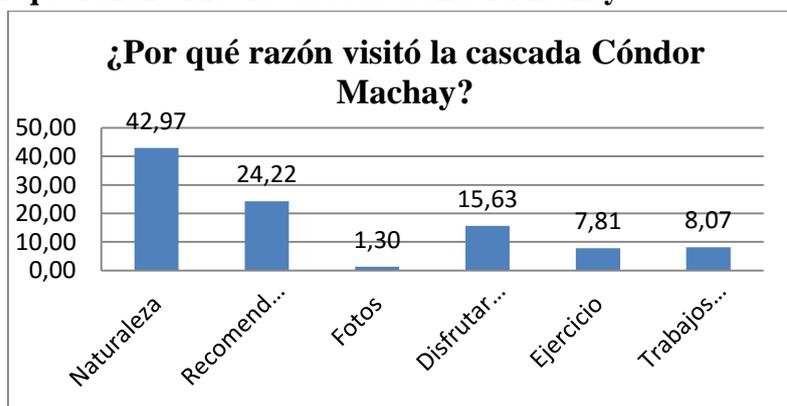
**Interpretación:** el segmento de mercado más partidario en visitar la Cascada Cóndor Machay son las familias y las parejas sentimentales.

**Pregunta 7: ¿Por qué razón visitó la cascada Cóndor Machay?**

**Tabla 14: ¿Por qué razón visitó la cascada Cóndor Machay?**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Naturaleza	165	42,97	42,97
Recomendado	93	24,22	67,19
Fotos	5	1,30	68,49
Disfrutar tiempo libre	60	15,63	84,11
Ejercicio	30	7,81	91,93
Trabajos estudiantiles	31	8,07	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 8: ¿Por qué razón visitó la cascada Cóndor Machay?**



**Análisis:** el 42,97% visita la cascada por la naturaleza que se encuentra el lugar. El 24,22% porque familiares y/o amigos les recomendaron el sitio. El 15,63% por disfrutar y aprovechar el tiempo libre. El 8,07% porque las distintas unidades educativas les llevaron al lugar. El 7,81% porque les gusta hacer ejercicios como la caminata. Y el 1,30% restante porque les gusta tomar fotos.

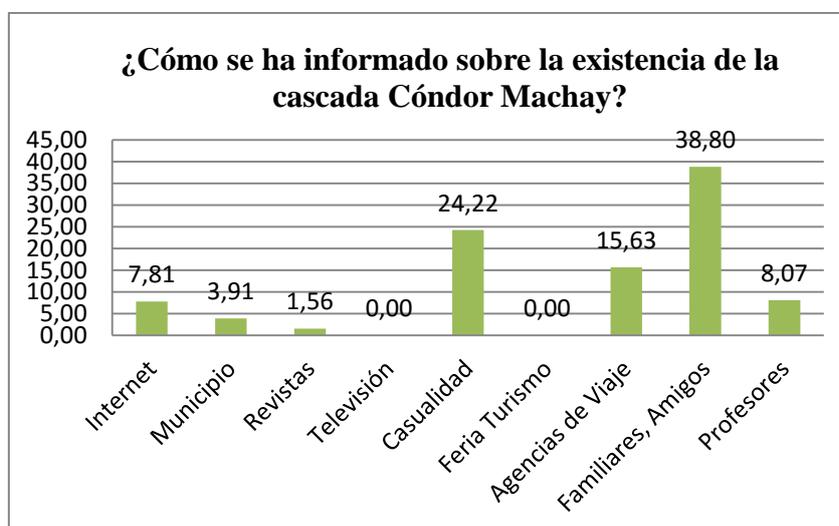
**Interpretación:** el motivo principal por el que los visitantes llegan a la cascada es por la naturaleza que ofrece el lugar, donde se puede contemplar una biósfera diferente al que existe en la ciudad, lejos del smog y de la contaminación auditiva y visual.

**Pregunta 8:** ¿Cómo se ha informado sobre la existencia de la cascada Cóndor Machay?

**Tabla 15:** ¿Cómo se ha informado sobre la existencia de la cascada Cóndor Machay?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Internet	30	7,81	7,81
Municipio	15	3,91	11,72
Revistas	6	1,56	13,28
Televisión	0	0,00	13,28
Casualidad	93	24,22	37,50
Feria Turismo	0	0,00	37,50
Agencias de Viaje	60	15,63	53,13
Familiares, Amigos	149	38,80	91,93
Profesores	31	8,07	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 9:** ¿Cómo se ha informado sobre la existencia de la cascada Cóndor Machay?



**Análisis:** el 38,80% se ha informado de la existencia de la cascada Cóndor Machay por recomendación de sus familiares y/o amigos. El 24,44% ha llegado al lugar por casualidad. El 15,63% por medio de la publicidad de las agencias de viajes o de alojamientos que se encuentran en el sector. El 8,07% por profesores. El 7,81% por internet. El 3,91% por *brochures* que reparte el GAD de Rumiñahui. El 1,56% por revistas. Y nadie se ha enterado por medio de la televisión ni ferias de turismo.

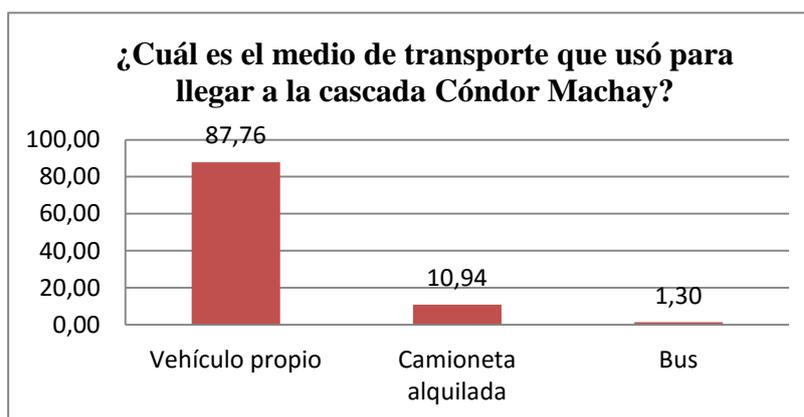
**Interpretación:** un alto porcentaje de los visitantes conocen sobre la existencia de la cascada Cóndor Machay a través del boca a boca. Otras personas han llegado al sitio por casualidad, debido a que su intención era llegar a la cascada el Molinuco. Es importante tomar en cuenta que el GAD de Rumiñahui no utiliza medios de comunicación masivos como páginas web, redes sociales y televisión para publicitar el sitio turístico.

**Pregunta 9:** ¿Cuál es el medio de transporte que usó para llegar a la cascada Cóndor Machay?

**Tabla 16:** ¿Cuál es el medio de transporte que usó para llegar a la cascada Cóndor Machay?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Vehículo propio	337	87,76	87,76
Camioneta alquilada	42	10,94	98,70
Bus	5	1,30	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 10:** ¿Cuál es el medio de transporte que usó para llegar a la cascada Cóndor Machay?



**Análisis:** el 87,76% de visitantes utiliza su propio vehículo para llegar a la cascada Cóndor Machay. El 10,94% alquila camioneta y el 1,30% restante usa bus particular.

**Interpretación:** los visitantes no utilizan el bus ya que este servicio de transporte tiene pocas frecuencias y se desconoce los horarios y paradas, es por eso que las personas

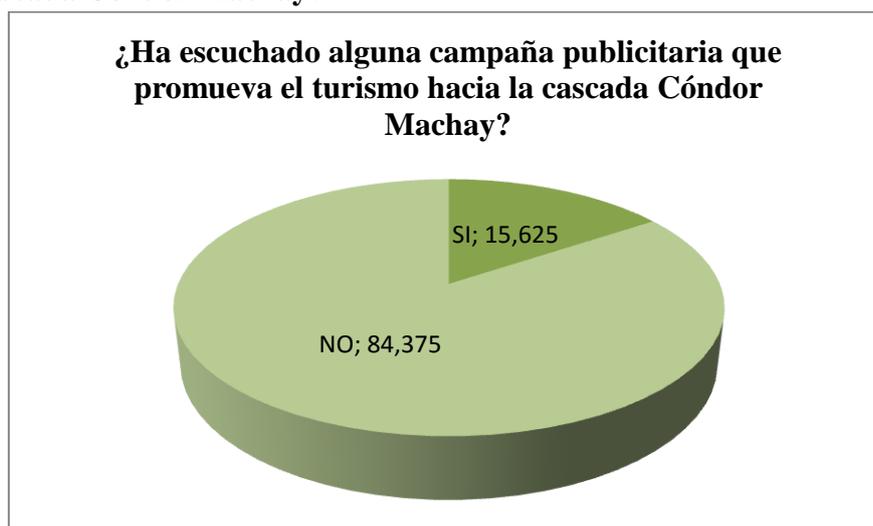
están limitadas a ir en carro propio o alquilar una camioneta aunque para dos o tres personas eso no sea rentable.

**Pregunta 10:** ¿Ha escuchado alguna campaña publicitaria que promueva el turismo hacia la cascada Cóndor Machay?

**Tabla 17:** ¿Ha escuchado alguna campaña publicitaria que promueva el turismo hacia la cascada Cóndor Machay?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
SI	60	15,625	15,625
NO	324	84,375	100,000
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 11:** ¿Ha escuchado alguna campaña publicitaria que promueva el turismo hacia la cascada Cóndor Machay?



**Análisis:** el 84,37 de visitantes encuestados no ha escuchado de ninguna campaña publicitaria que promueva el turismo en la cascada Cóndor Machay. El 15,62% restante sí la ha escuchado.

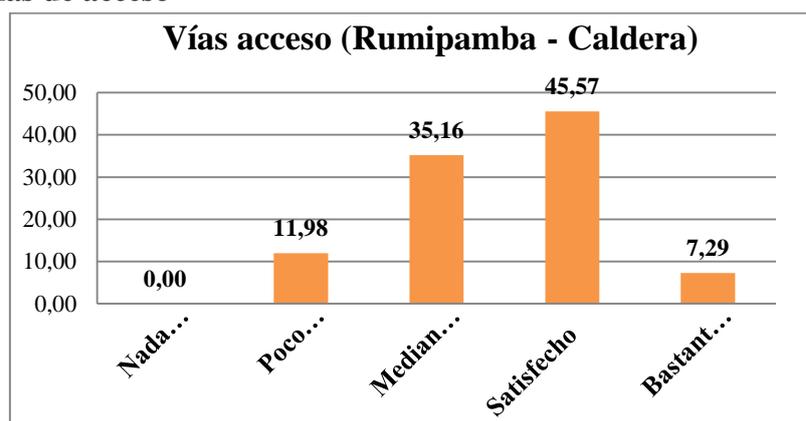
**Interpretación:** el GAD de Rumiñahui no tiene una buena estrategia de comercialización y las pocas personas que han escuchado algún tipo de publicidad acerca del lugar han sido a través de las agencias de viaje y/o los prestadores de servicios de alojamiento.

**Pregunta 11:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18: Vías de acceso**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	0	0,00	0,00
Poco satisfecho	46	11,98	11,98
Medianamente satisfecho	135	35,16	47,14
Satisfecho	175	45,57	92,71
Bastante satisfecho	28	7,29	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12: Vías de acceso**



**Análisis:** el 45,57% de visitantes está satisfecho por las vías de acceso desde Sangolquí hasta la cascada Cóndor Machay. El 35,16% se siente medianamente satisfecho. El 11,98% está poco satisfecho. Y el 7,29% se encuentra bastante satisfecho.

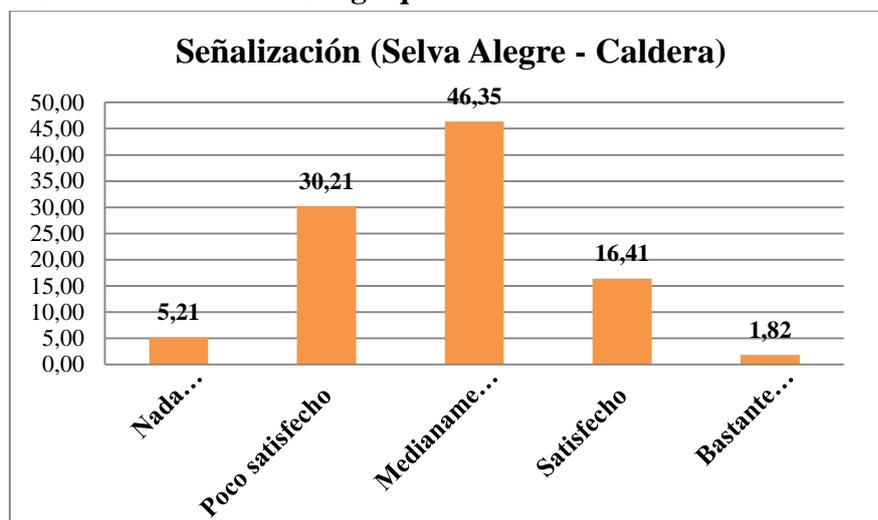
**Interpretación:** la carretera de Rumipamba está en buen estado; si ocurriesen deslaves o un descuido en el mantenimiento, las vías se convertirían en una amenaza.

**Pregunta 11.1:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.1: Señalización desde Sangolquí hacia la cascada**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	20	5,21	5,21
Poco satisfecho	116	30,21	35,42
Medianamente satisfecho	178	46,35	81,77
Satisfecho	63	16,41	98,18
Bastante satisfecho	7	1,82	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.1: Señalización desde Sangolquí hacia la cascada**



**Análisis:** el 46,35% de visitantes se sienten medianamente satisfechos por la señalización presente desde Selva Alegre hasta la Caldera (lugar desde donde se inicia el sendero hacia la cascada). El 30,21% está poco satisfecho. El 16,41% se encuentra satisfecho. El 5,21% no tiene nada de satisfacción. Y el 1,82% restante está bastante satisfecho.

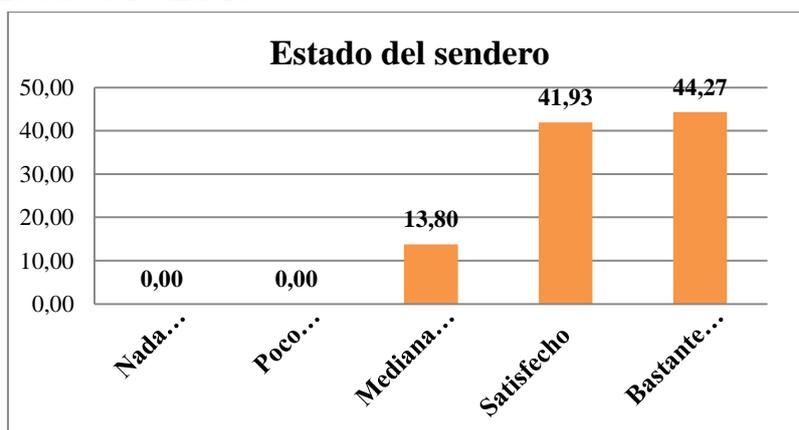
**Interpretación:** la mayoría de visitantes se sienten entre medianamente y poco satisfechos debido a que la señalización desde Selva Alegre hasta la Caldera es limitada.

**Pregunta 11.2:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.2: Estado del sendero**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	0	0,00	0,00
Poco satisfecho	0	0,00	0,00
Medianamente satisfecho	53	13,80	13,80
Satisfecho	161	41,93	55,73
Bastante satisfecho	170	44,27	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.2: Estado del sendero**



**Análisis:** el 44,27% de visitantes encuestados están bastante satisfechos con el estado del sendero. El 41,93% se siente satisfecho. Y el 13,80% se encuentra medianamente satisfecho.

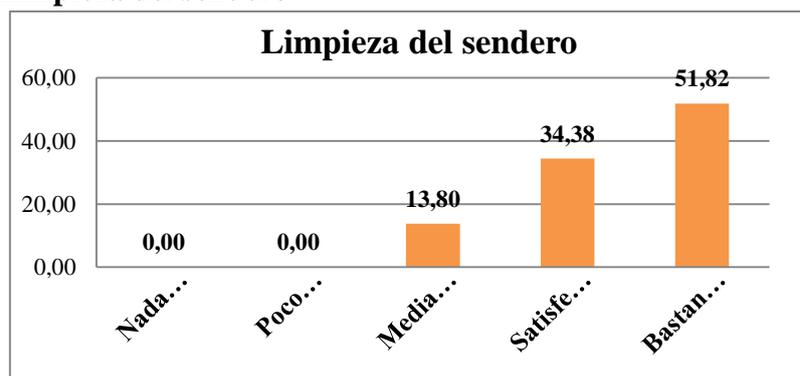
**Interpretación:** los visitantes están bastante satisfechos con el estado del sendero debido a que la municipalidad conjuntamente con la Dirección de Turismo se preocupa por los mantenimientos anuales y/o mensuales según sea el caso.

**Pregunta 11.3:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.3: Limpieza del sendero**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	0	0,00	0,00
Poco satisfecho	0	0,00	0,00
Medianamente satisfecho	53	13,80	13,80
Satisfecho	132	34,38	48,18
Bastante satisfecho	199	51,82	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.3: Limpieza del sendero**



**Análisis:** el 51,82% de visitantes están bastante satisfechos con la limpieza del sendero. El 34,38% se siente satisfecho. Y el 13,80% se encuentra medianamente satisfecho.

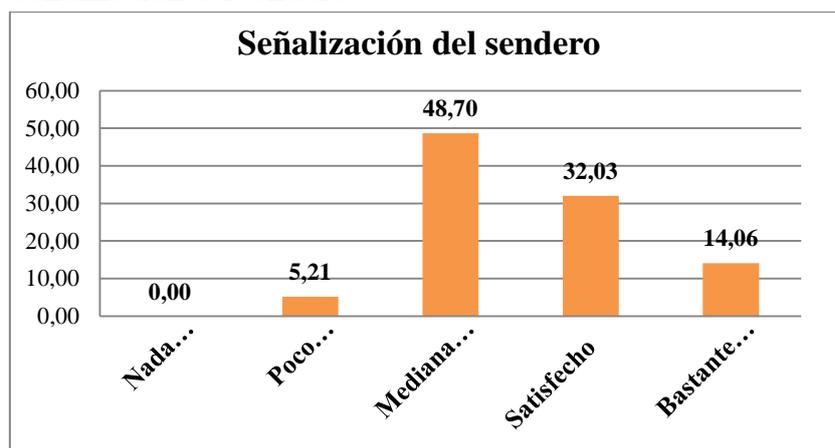
**Interpretación:** la mitad de los visitantes están bastante satisfechos con la limpieza del sendero, este resultado es positivo debido a que la Dirección de Turismo ha contratado una persona para que trabaje de miércoles a domingo y haga la limpieza respectiva.

**Pregunta 11.4:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.4: Señalización del sendero**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	0	0,00	0,00
Poco satisfecho	20	5,21	5,21
Medianamente satisfecho	187	48,70	53,91
Satisfecho	123	32,03	85,94
Bastante satisfecho	54	14,06	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.4: Señalización del sendero**



**Análisis:** el 48,70% de encuestados se sienten medianamente satisfechos con la señalización del sendero. El 32,03% está satisfecho. El 14,06% se encuentra bastante satisfecho y el 5,21% está poco satisfecho.

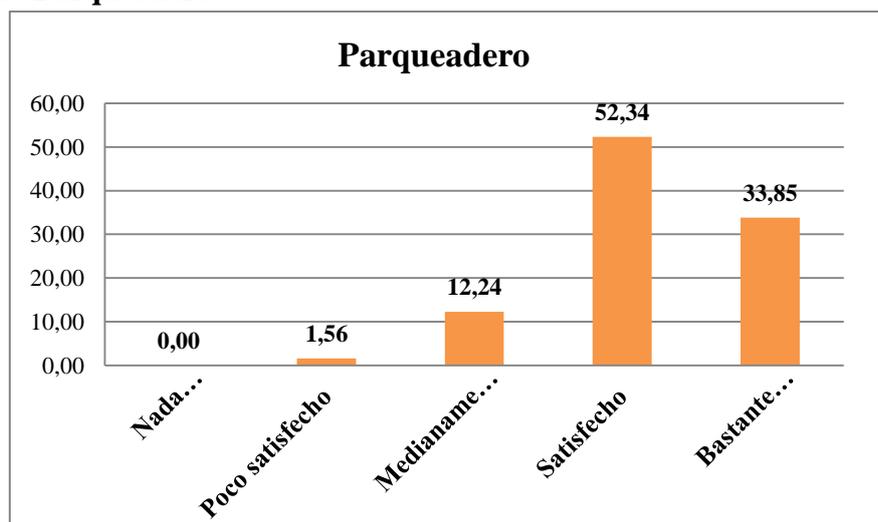
**Interpretación:** la mitad de los visitantes están medianamente satisfechos con la señalización que se encuentra en el sendero ya que algunos rótulos se encuentran en mal estado.

**Pregunta 11.5:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.5: Parqueadero**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	0	0,00	0,00
Poco satisfecho	6	1,56	1,56
Medianamente satisfecho	47	12,24	13,80
Satisfecho	201	52,34	66,15
Bastante satisfecho	130	33,85	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.5: Parqueadero**



**Análisis:** el 53,34% de personas se encuentran satisfechas con el parqueadero que existe en el lugar. El 33,85% está bastante satisfecho. El 12,24% se siente medianamente satisfecho y el 1,56% tiene poca satisfacción.

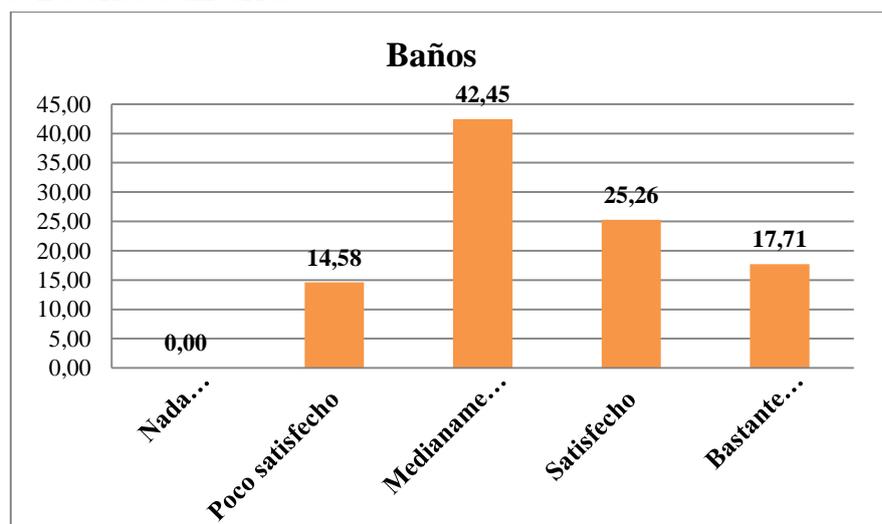
**Interpretación:** los visitantes están satisfechos con el parqueadero que encuentra en el lugar debido a que el precio es asequible, se cobra un dólar por hora y por más de dos horas se paga dos dólares y hay personas que vigilan y cuidan los carros. No obstante es importante mencionar que el dinero es cobrado a partir de abril del año 2015 por el grupo denominado “tercera edad”, quienes son habitantes de la parroquia de Rumipamba y hacen uso de ese dinero para mejorar su grupo.

**Pregunta 11.6:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.6: Baterías sanitarias**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	0	0,00	0,00
Poco satisfecho	56	14,58	14,58
Medianamente satisfecho	163	42,45	57,03
Satisfecho	97	25,26	82,29
Bastante satisfecho	68	17,71	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.6: Baterías sanitarias**



**Análisis:** el 42,45% de visitantes se sienten medianamente satisfechos con los servicios higiénicos que existen en el sitio. El 25,26% está satisfecho. El 17,71% se encuentra bastante satisfecho y el 14,58% tiene poca satisfacción.

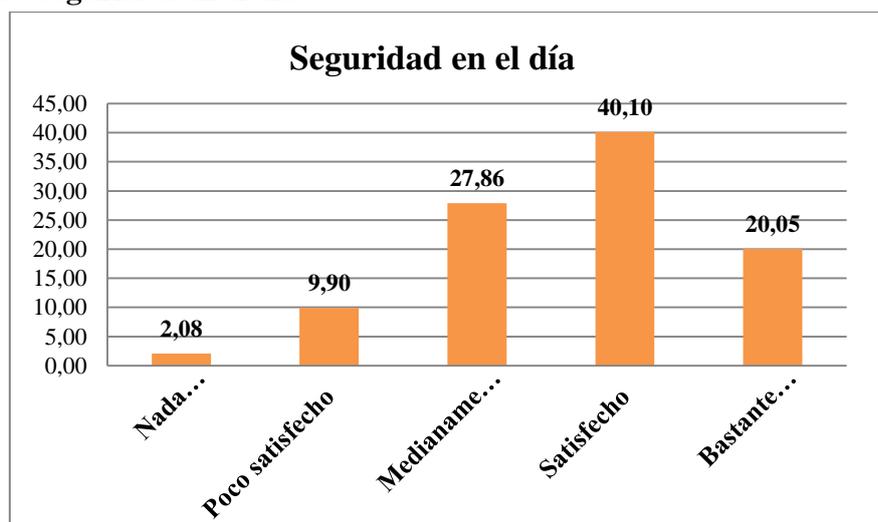
**Interpretación:** un considerable porcentaje de los visitantes se sienten medianamente satisfechos con los servicios higiénicos porque a pesar de estar en buen estado y limpios hay gente que está poco satisfecha porque no se han dado cuenta que hay baños en el sitio por falta de señalética.

**Pregunta 11.7:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.7: Seguridad en el día**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	8	2,08	2,08
Poco satisfecho	38	9,90	11,98
Medianamente satisfecho	107	27,86	39,84
Satisfecho	154	40,10	79,95
Bastante satisfecho	77	20,05	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.7: Seguridad en el día**



**Análisis:** el 40,10% de encuestados están satisfechos con la seguridad. El 27,86% se encuentra medianamente satisfecho. El 20,05% se siente bastante satisfecho. El 9,90% tiene poca satisfacción y el 2,08% carece de satisfacción.

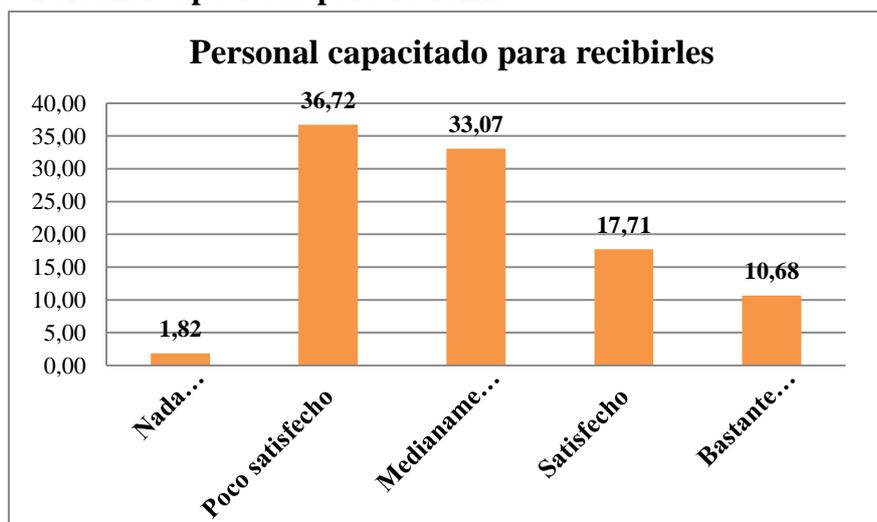
**Interpretación:** un alto porcentaje de visitantes se sienten satisfechos con la seguridad que brinda el lugar, debido a que no ha existido ningún percance durante el día, sin embargo por la noche o madrugada ha existido accidentes de personas en estado etílico y eso se debe a que el lugar a partir de las 17:00 no lugar carece de un guarda parque que controle la entrada ni salida de los visitantes. Además no se cuenta con un botiquín en caso de emergencia ni hay seguridad para las personas que acampan.

**Pregunta 11.8:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.8: Personal capacitado para recibirles**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	7	1,82	1,82
Poco satisfecho	141	36,72	38,54
Medianamente satisfecho	127	33,07	71,61
Satisfecho	68	17,71	89,32
Bastante satisfecho	41	10,68	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.8: Personal capacitado para recibirles**



**Análisis:** el 36,72% de personas se sienten poco satisfechos con el personal capacitado para recibirles. El 33,07% se encuentra medianamente satisfecho. El 17,71% está satisfecho. El 10,68% tiene bastante satisfacción y el 1,82% carece de satisfacción.

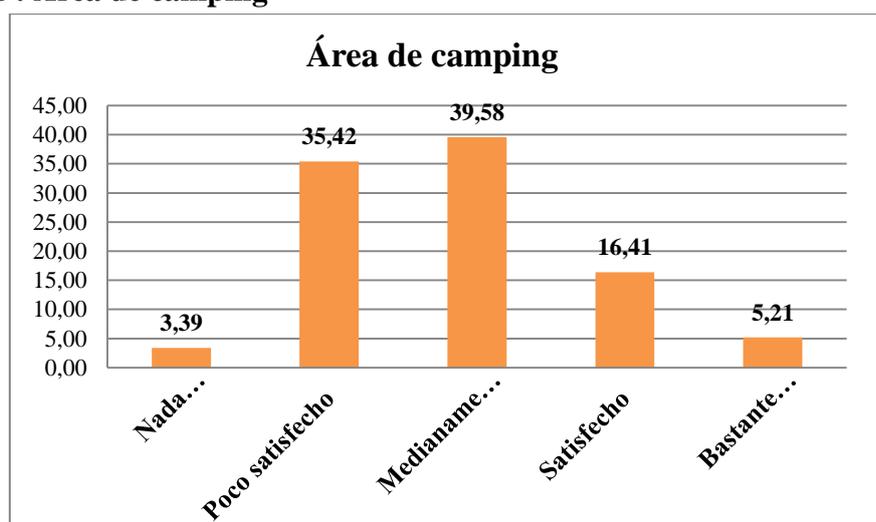
**Interpretación:** los visitantes se sienten entre poco y medianamente satisfechos por el guarda parque del lugar. Es importante señalar que el trabajador es amable, responsable, puntual y mantiene en buen estado al sendero; la baja satisfacción se debe a que no hay ningún tipo de información extra del lugar.

**Pregunta 11.9:** ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?

**Tabla 18.9: Área de camping**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Nada satisfecho	13	3,39	3,39
Poco satisfecho	136	35,42	38,80
Medianamente satisfecho	152	39,58	78,39
Satisfecho	63	16,41	94,79
Bastante satisfecho	20	5,21	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 12.9: Área de camping**



**Análisis:** el 39,58% de visitantes se sienten medianamente satisfechos con el área de camping que posee el lugar. El 35,42% está poco satisfecho. El 16,41% se encuentra satisfecho. El 5,21% tiene bastante satisfacción. Y el 3,39% carece de satisfacción.

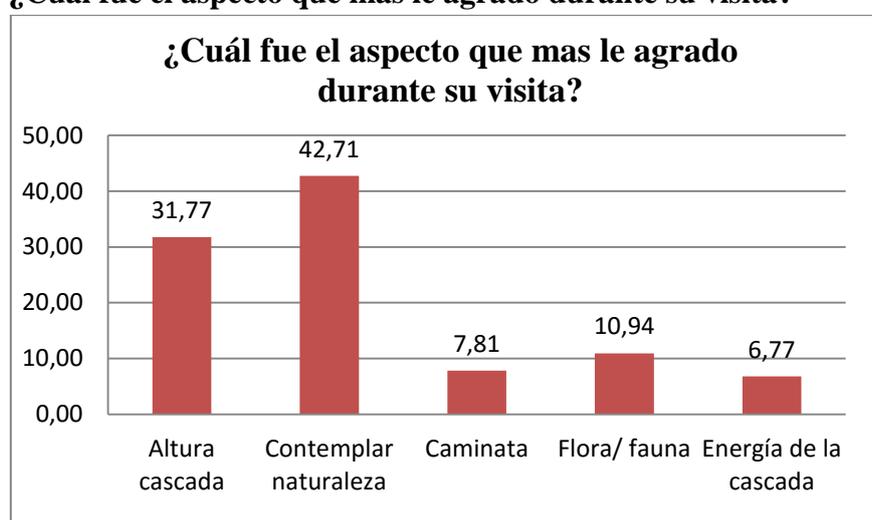
**Interpretación:** la mayor porcentaje de visitantes concluyen en que están entre medianamente y poco satisfechos porque falta infraestructura, falta señalética y alguien que realice control por la noche.

**Pregunta 12:** ¿Cuál fue el aspecto que más le agradó durante su visita?

**Tabla 19:** ¿Cuál fue el aspecto que más le agradó durante su visita?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Altura cascada	122	31,77	31,77
Contemplar naturaleza	164	42,71	74,48
Caminata	30	7,81	82,29
Flora/ fauna	42	10,94	93,23
Energía de la cascada	26	6,77	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 13:** ¿Cuál fue el aspecto que más le agradó durante su visita?



**Análisis:** el 42,47% de visitantes les gusta contemplar la naturaleza. El 31,77% le agrada la altura de 80 metros que tiene la cascada. El 10,94% está admirado por la biodiversidad de flora y fauna que existe en el lugar. El 7,81% les interesa realizar caminata ya que el sendero tienen baja dificultades. El 6,77% le complace la energía que transmite la cascada.

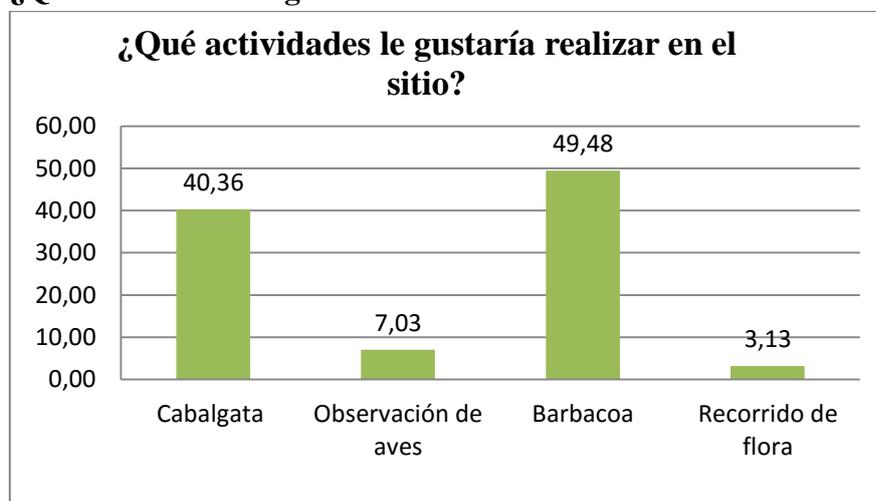
**Interpretación:** de acuerdo a los resultados obtenidos para la mayoría de visitantes lo que más les agrada durante su visita a la cascada Cóndor Machay es contemplar la naturaleza y la altura de la cascada, aspectos que son los mismos a los que se mencionaron en la motivación de visita de las personas. Por eso se debe cuidar la naturaleza.

**Pregunta 13:** ¿Qué actividades le gustaría realizar en el sitio?

**Tabla 20:** ¿Qué actividades le gustaría realizar en el sitio?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Cabalgata	155	40,36	40,36
Observación de aves	27	7,03	47,40
Barbiquiu	190	49,48	96,88
Recorrido de flora	12	3,13	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 14:** ¿Qué actividades le gustaría realizar en el sitio?



**Análisis:** el 49,48% de encuestados les gustaría realizar una barbacoa. El 40,35% le agradaría realizar cabalgata. El 7,03% realizaría un recorrido para observar aves. El 3,13% contrataría un recorrido para observar la flora del sitio.

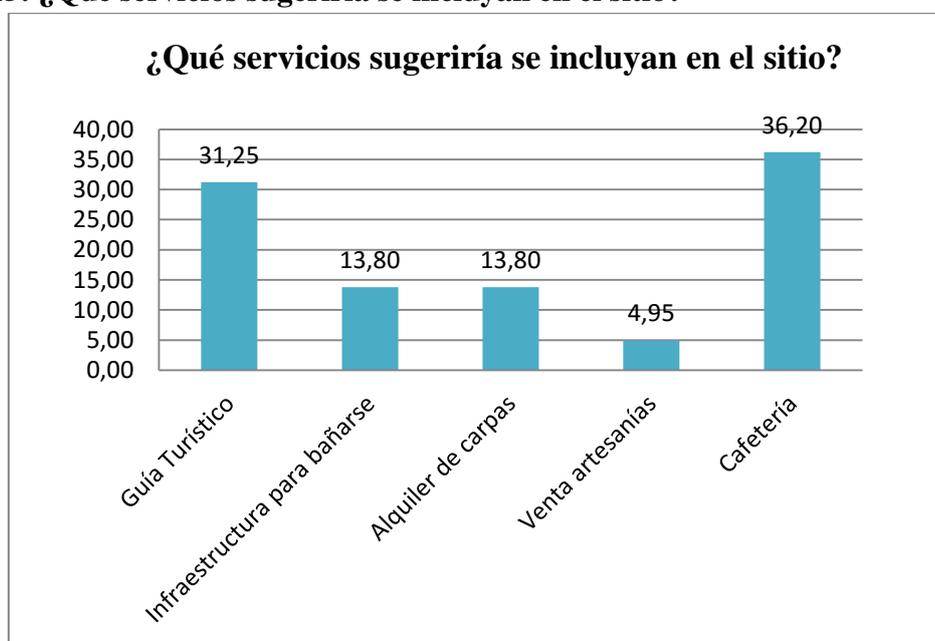
**Interpretación:** a la mitad de los encuestados les gustaría realizar una barbacoa en alguna parte del sendero de la cascada, pero para esta actividad se debe incluir la infraestructura apropiada.

**Pregunta 14:** ¿Qué servicios sugeriría se incluyan en el sitio?

**Tabla 21:** ¿Qué servicios sugeriría se incluyan en el sitio?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Guía Turístico	120	31,25	31,25
Infraestructura para bañarse	53	13,80	45,05
Alquiler de carpas	53	13,80	58,85
Venta artesanías	19	4,95	63,80
Cafetería	139	36,20	100,00
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 15:** ¿Qué servicios sugeriría se incluyan en el sitio?



**Análisis:** el 36,20% de personas sugiere se incluya una cafetería. El 31,25% le gustaría se incorpore en el recorrido por el sendero aun guía turístico. El 13,80 le agradaría se incluya infraestructura para bañarse y alquilen carpas para las personas que quieren acampar. El 4,95% le interesa que hubiese venta de artesanías.

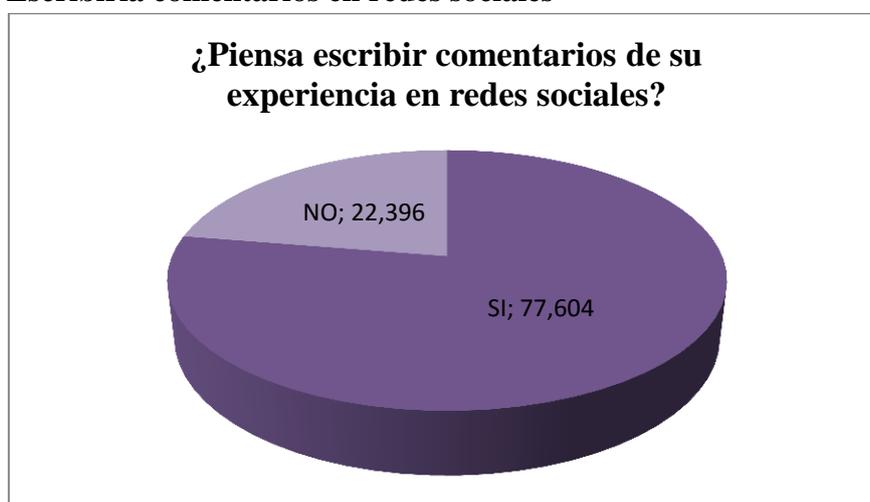
**Interpretación:** el visitante desea que se incluyan servicios turísticos en el lugar como: un guía turístico para tener información veraz y el recorrido se haga más ameno y una cafetería para poder consumir alimentos o bebidas.

**Pregunta 15:** ¿Piensa escribir comentarios o subir fotos de su experiencia de viaje en algunas redes sociales como *Facebook, Twitter, tripadvisor*?

**Tabla 22: Escribiría comentarios en redes sociales**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
SI	298	77,604	77,604
NO	86	22,396	100,000
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 16: Escribiría comentarios en redes sociales**



**Análisis:** el 77,64% de visitantes sí escribirían comentarios y/o subirían fotos a las redes sociales. El 22,39% restante no lo haría.

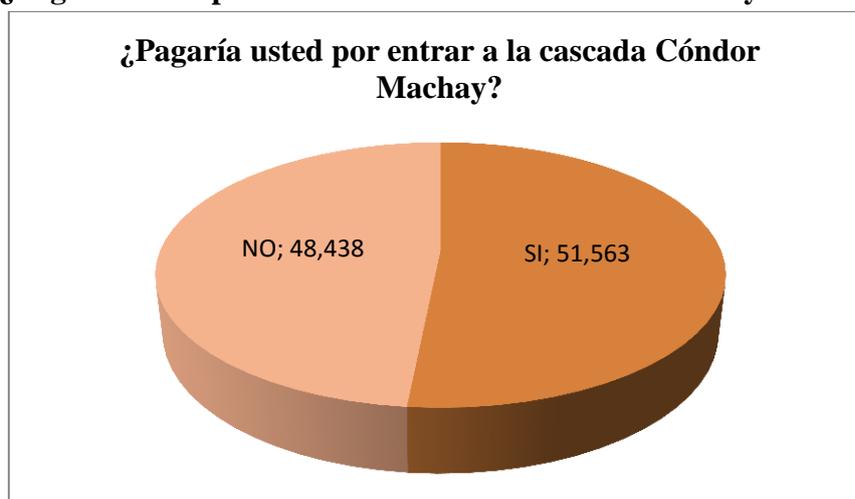
**Interpretación:** las tres cuartas partes de las personas si utilizarían las redes sociales para transmitir sus experiencias adquiridas durante su recorrido hacia la cascada Cónдор Machay, generando así una publicidad indirecta para la cascada.

**Pregunta 16:** ¿Pagaría usted por entrar a la cascada Cóndor Machay?

**Tabla 23:** ¿Pagaría usted por entrar a la cascada Cóndor Machay?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
SI	198	51,563	51,563
NO	186	48,438	100,000
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 17:** ¿Pagaría usted por entrar a la cascada Cóndor Machay?



**Análisis:** el 51,53 de visitantes sí pagarían por entrar a la cascada Cóndor Machay. El 48,43% restante no pagaría.

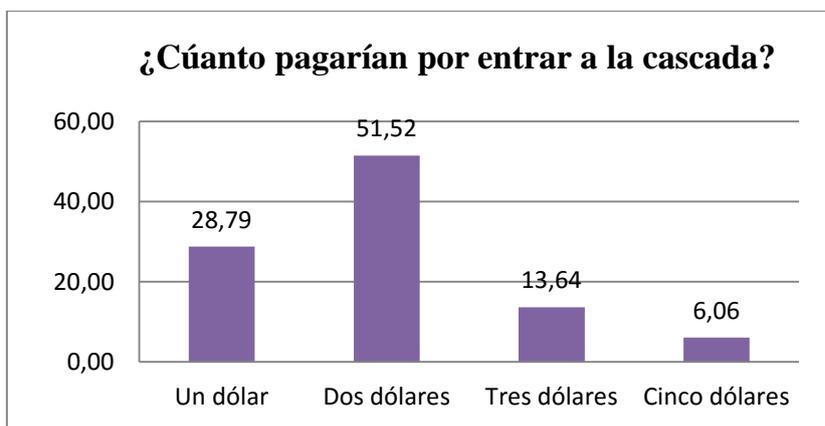
**Interpretación:** el resultado de esta pregunta es muy equivalente y controversial, para que las personas quieran pagar por una entrada se debe buscar la estrategia conveniente para no afectar su percepción acerca del lugar.

**Pregunta 16.1:** ¿Cuánto pagaría por entrar a visitar la cascada Cóndor Machay?

**Tabla 23.1:** ¿Cuánto pagaría por entrar a visitar la cascada Cóndor Machay?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
Un dólar	57	28,79	28,79
Dos dólares	102	51,52	80,30
Tres dólares	27	13,64	93,94
Cinco dólares	12	6,06	100,00
<b>Total</b>	<b>198</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 17.1:** ¿Cuánto pagaría por entrar a visitar la cascada Cóndor Machay?



**Análisis:** del 51,56% de personas que sí pagarían por entrar a la cascada; el 51,52% cancelaría el valor de dos dólares, el 28,79% un dólar, el 13,64% tres dólares y el 6,06% cinco dólares.

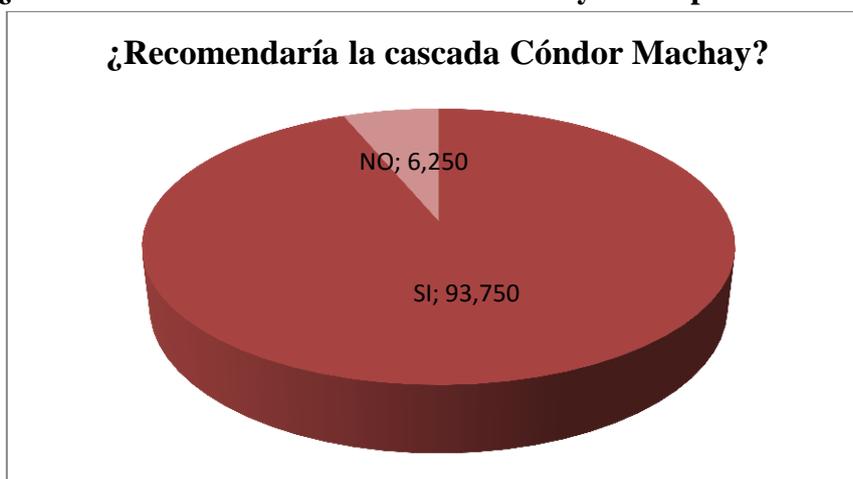
**Interpretación:** el valor a pagar de la mayoría de visitantes sería de dos dólares. Este valor es igual a la entrada que cobran otras cascadas, como por ejemplo la cascada de El Molinuco.

**Pregunta 17:** ¿Recomendaría la cascada Cóndor Machay a otra persona?

**Tabla 24:** ¿Recomendaría la cascada Cóndor Machay a otra persona?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
SI	360	93,750	93,750
NO	24	6,250	100,000
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 18:** ¿Recomendaría la cascada Cóndor Machay a otra persona?



**Análisis:** el 93,75% de encuestados si recomendarían la cascada Cóndor Machay a otras personas. El 6,25% no recomendaría el lugar.

**Interpretación:** de acuerdo con la opinión obtenida se puede concluir que a los visitantes les agradó el lugar y por sí recomendarían el lugar a otras personas. Por lo tanto el boca a boca, se vuelve un elemento publicitario importante para futuras visitas a la cascada.

**Pregunta 18:** ¿Repetiría usted la visita?

**Tabla 25:** ¿Repetiría usted la visita?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje Acumulado
SI	315	82,031	82,031
NO	69	17,969	100,000
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>	

**Figura 19:** ¿Repetiría usted la visita?



**Análisis:** el 82,03% de visitantes sí repetiría la visita a la cascada Cóndor Machay. El 17,96% restante no repetiría su experiencia.

**Interpretación:** el resultado favorable anima a buscar nuevas alternativas para seguir satisfaciendo al cliente y en su regreso a la cascada pueda encontrar mejorías y/o cambios en el lugar.

### **3.3 Segmentación del mercado: definición del visitante objetivo**

*Segmentación geográfica:* visitantes nacionales provenientes de la provincia de Pichincha, principalmente de la ciudad de Quito y del cantón Rumiñahui.

*Segmentación demográfica:* adultos de género masculino entre 42-47 años, que llegan a la cascada en su propio vehículo y acompañado de sus familiares.

*Segmentación psicográfica:* los visitantes han escuchado sobre la existencia del lugar turístico a través del boca a boca de familiares y amigos ya que el sitio carece de una buena estrategia de comercialización.

A los visitantes les gusta la naturaleza y se sienten cautivados por la altura de la cascada. Además desean que se incluya en el sitio turístico una cafetería, el servicio de guías turísticos y una actividad recreativa (barbiquiu); están dispuestos a pagar el valor de una entrada, a repetir la visita y a recomendar el lugar a otras personas.

## **CAPÍTULO IV: PROPUESTA DEL MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA**

### **4.1. Introducción**

En el Ecuador, tanto Gobiernos Provinciales, Municipales como Parroquiales tienen ya una asignación presupuestaria para la actividad turística, que supera los límites de una organización de fiestas tradicionales o religiosas de provincialización o cantonización, además que busca estructuras de desarrollo y promoción más impactantes y sostenibles en el tiempo.

A continuación se propone un modelo de gestión turística que se desarrolla en cuatro ejes con sus propias estrategias, actividades e indicadores. El primer eje es definir la estructura administrativa de la cascada Cóndor Machay, donde se menciona que el GAD Parroquial de Rumipamba asuma responsablemente la administración del lugar turístico para lo cual se sugiere una estructura organizacional bien definida, se determina artículos del COOTAD y la Constitución de la República del Ecuador que apoyan y validan esta propuesta, además se describe el perfil profesional de cada equipo de trabajo; el segundo eje es involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas como medio para mejorar su calidad de vida; también existe un alto porcentaje de personas que ignoran sobre la existencia del lugar por lo que el tercer eje es posicionar a la cascada Cóndor Machay en la mente del visitante como sitio natural y se crea un eslogan y un logo; con el fin de brindar servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes, el cuarto eje es dotar el área turística de infraestructura y equipo.

Y finalmente se plantea un Programa de Operación Anual (POA) donde se detalla el tiempo estimado y el equipo responsable para cada actividad, así como también la inversión estimada de la aplicación de esta propuesta.

### **4.2. Misión**

Que el turismo desarrollado en la cascada Cóndor Machay impacte positivamente en la comunidad local tanto económica como social, asimismo conservando la riqueza natural.

### 4.3. Visión

Ser declarado como patrimonio natural y lograr la excelencia en la calidad de los servicios que se ofrecen al visitante.

### 4.4. Ejes estratégicos, estrategias, actividades e indicadores

**Figura 20:** Modelo Gestión Turística

<b>Propuesta</b>	<b>Ejes estratégicos</b>	Definir la estructura administrativa de la cascada Cóndor Machay.	Involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas como medio para mejorar su calidad de vida.	Posicionar a la cascada Cóndor Machay en la mente del visitante como sitio natural.	Dotar de turística y equipos para brindar servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes.
	<b>Estrategias</b>	Establecer legalmente la administración de la cascada Cóndor Machay	Fortalecer el área de Recursos Humanos	Crear una imagen institucional.	Construir infraestructura turística en la cascada Cóndor Machay
		Diseñar fichas profesionales para cada equipo de trabajo.	Mejorar la calidad del servicio.	Promover las bondades de la cascada a través de propagandas	Dotar de equipos para las instalaciones turísticas
			Capacitar al gerente y a los cajeros en temas de contabilidad básica (llenar facturas, retenciones).	Divulgar sobre la existencia de la cascada.	Señalización.
			Capacitar a todo el personal en técnicas de atención al cliente.	Alianzas estratégicas con entidades privadas para romper la estacionalidad	

			Desarrollar manuales operativos para cada equipo de trabajo.	Controlar a los visitantes.	
	<b>Equipos de trabajo</b>	Equipo de guardaparques	Equipo de alimentos y bebidas	Equipo de seguridad	

#### 4.4.1 Eje estratégico 1: Definición la estructura administrativa de la cascada Cónдор Machay

Una organización puede estructurarse de varias maneras y estilos, dependiendo de sus ejes estratégicos, del entorno y los medios con los que cuenta, por lo tanto la estructura organizacional de una empresa define la jerarquía, la forma de organización y la asignación de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales.

**Cuadro 5:** Estructura organizacional de la cascada Cónдор Machay

<b>Ejes estratégico</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>	<b>Indicador</b>
<b>1. Definición la estructura administrativa de la cascada Cónдор Machay.</b>	1.1 Establecer legalmente la administración de la cascada Cónдор Machay.	1.1.1 Consultoría a través de un abogado.	Cantidad del sueldo.
		1.1.2 Tener todos los trámites legales en orden.	Número de trámites legales.
		1.1.3 Contar con un proceso contable definido.	Porcentaje de gastos e inversión.
		1.1.4 Estructura organizacional del GAD Parroquial de Rumipamba.	Número de miembros de la estructura organizacional del GAD Parroquial de Rumipamba.
		1.1.5 Elaborar el organigrama estructural para la comisión de medio ambiente y turismo de la Junta Parroquial de Rumipamba.	Número de miembros de la comisión de medio ambiente y turismo del GAD Parroquial de Rumipamba.

		1.1.6 Establecer políticas en el área turística.	Número de políticas establecidas.
	1.2 Diseñar fichas profesionales para cada equipo de trabajo.	1.2.1 Identificar las actividades que se tienen que realizar en el área turística.	Número de actividades que se necesitan realizar en el área turística.
		1.2.2 Clasificar las actividades según el equipo de trabajo al que corresponden.	Número de actividades por equipo de trabajo.
		1.2.3 Establecer la misión de cada equipo de trabajo.	Porcentaje de trabajadores que cumplan con la misión establecida.
		1.2.4 Describir las funciones para cada cargo.	Número de responsabilidades por cargo.
		1.2.5 Detallar el perfil profesional de cada uno de los trabajadores potenciales.	Número de requisitos profesionales que debe cumplir el trabajador.

*4.4.1.1 Justificación legal y competencias para la administración y factibilidad de desarrollo turístico para la cascada Cóndor Machay en la Parroquia de Rumipamba*

La Constitución de la República del Ecuador (2008) establecida como norma fundamental y suprema conforme su Art. 425; y siguiendo el orden jerárquico tratados y convenios internacionales; leyes orgánicas; leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y resoluciones; y los demás actos de los poderes públicos; y de acuerdo a las facultades que tienen los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales se puede plantear que el ente administrativo de la cascada Cóndor Machay sea el GAD de la Parroquia de Rumipamba; cabe recalcar que actualmente la autoridad directa sobre la cascada es el GAD de Rumiñahui, por lo que se propone que a través de un convenio, cuya índole principal sea la de establecer protocolos y facultades gerenciales que le sean transferidas a la Junta Parroquial de Rumipamba.

Se ha determinado como resolución el crear un convenio, pero qué significa este término: “es el negocio jurídico por el cual dos o más personas crean, transfieren, modifican, conservan o extinguen obligaciones o derechos” (De Conceptos, 2016).

Para dicho acuerdo se sugiere establecer cláusulas que respalden a la Junta Parroquial de Rumipamba y son: que se le otorgue la potestad de la administración de recursos activos y pasivos; el manejo de recursos institucionales de ámbito público, privado y/o de organizaciones sin fines de lucro; contar con el respaldo económico del municipio por el plazo de ocho meses para solventar gastos operativos, además de seguir contando con el presupuesto anual que invierte para el mantenimiento de los senderos; y finalmente que la Comisión de Medio Ambiente y Turismo conjuntamente con el GAD Parroquial rendirán mensualmente informes al Municipio de Rumiñahui para informar sobre el funcionamiento del lugar.

Para la celebración de este convenio se cuenta con el respaldo legal de los diferentes cuerpos normativos que se detallan a continuación:

*Art. 74 “Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado” (Constitución de la República del Ecuador, 2008).*

*Art. 8 “Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales tienen capacidad para dictar acuerdos, resoluciones y normas reglamentarias de carácter administrativo, que no podrán contravenir las disposiciones constitucionales, legales ni la normativa dictada por los consejos regionales, consejos provinciales, concejos metropolitanos y concejos municipales” (COOTAD, 2015).*

*Art. 65 “Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural a) Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad; b) Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas*

*comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente ) Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno” (COOTAD, 2015).*

*Art. 67 “Atribuciones de la junta parroquial rural f) Proponer al concejo municipal proyectos de ordenanzas en beneficio de la población; g) Autorizar la suscripción de contratos, convenios e instrumentos que comprometan al gobierno parroquial rural; h) Resolver su participación en la conformación del capital de empresas públicas o mixtas creadas por los otros niveles de gobierno en el marco de lo que establece la Constitución y la ley; i) Solicitar a los gobiernos autónomos descentralizados metropolitanos, municipales y provinciales la creación de empresas públicas del gobierno parroquial rural o de una mancomunidad de los mismos, de acuerdo con la ley; j) Podrán delegar a la economía social y solidaria, la gestión de sus competencias exclusivas asignadas en la Constitución, la ley y el Consejo Nacional de Competencias n) Conformar las comisiones permanentes y especiales que sean necesarias, con participación de la ciudadanía de la parroquia rural, y aprobar la conformación de comisiones ocasionales sugeridas por el presidente o presidenta del gobierno parroquial rural” (COOTAD, 2015).*

Bajo estos argumentos normativos se puede concluir que la Junta Parroquial de Rumipamba está facultada para la administración ejecutiva que comprende el ejercicio de potestades públicas bajo responsabilidad del presidente de la Junta Parroquial Rural como lo describe el art. 9 del COOTAD.

#### *4.4.1.2 Estructura organizacional del GAD Parroquial de Rumipamba*

El COOTAD (2015) Art. 240 literal h, expresa que es atribución del presidente o presidenta de la Junta Parroquial Rural, expedir el orgánico funcional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural.

Conforme a este artículo y cumpliendo con su facultad, el presidente de la Junta Parroquial de Rumipamba ha expedido la estructura orgánica bajo niveles de organización, los cuales están establecidos en la Resolución N° 16-2014 del GAD de la Parroquia Rural de Rumipamba y son:

*Nivel de Participación.-* participación ciudadana, integrado por la sociedad civil quienes participan en la asamblea general.

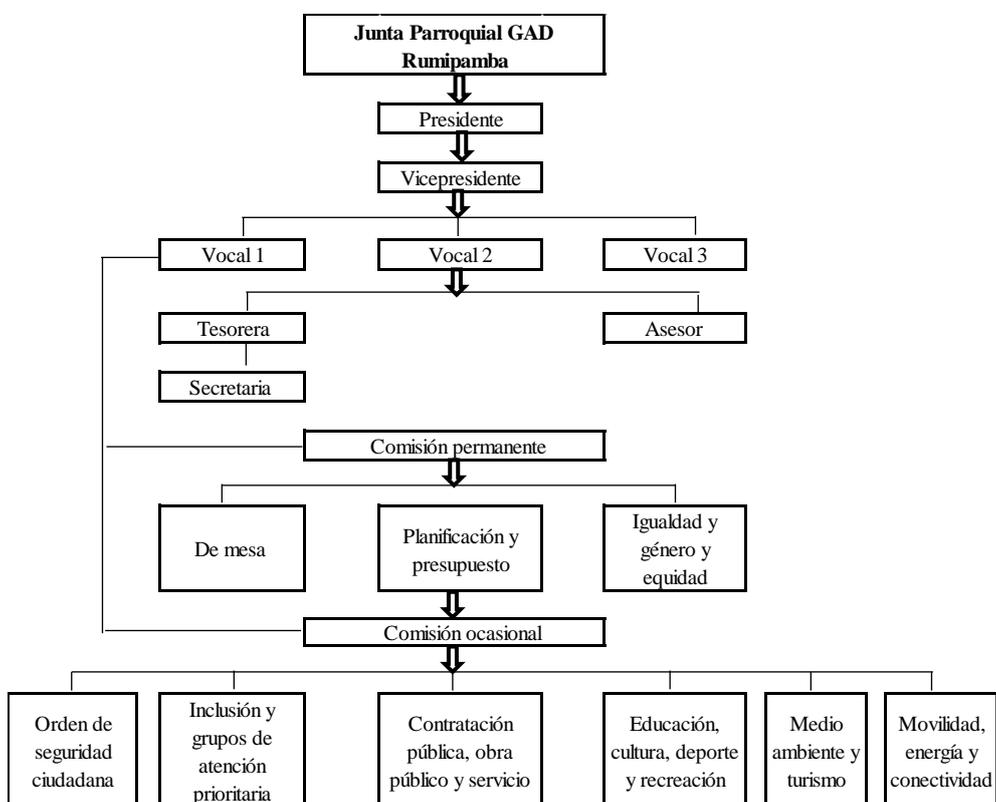
*Nivel de Planificación.-* quienes determinan el rumbo de la planificación en el territorio parroquial.

*Nivel Legislativo.*- su competencia son los actos administrativos, resolutivos y fiscalizadores; determina las políticas con las que se sustentarían los demás procesos institucionales para el logro de objetivos. Está integrado por el Gobierno Parroquial, Comisiones Permanentes, Especiales y Técnicas.

*Nivel Ejecutivo.*- está integrado por el presidente, quien orienta y ejecuta la políticas trazadas por el proceso legislativo, toma decisiones, coordina y supervisa el cumplimiento eficiente y oportuno de los resultados de las diferentes acciones.

*Nivel Asesor.*- es el nivel de apoyo a las acciones del ejecutivo del GAD mediante las acciones de asesoría en temas inherentes a la gestión institucional en el marco de las competencias establecidas para este nivel de gobierno.

**Figura 21:** Estructura organizacional del GAD Parroquial de Rumipamba



Fuente: GAD de la Parroquia Rural de Rumipamba, 2014

*Comisión:* las Juntas Parroquiales Rurales pueden tener comisiones permanentes, técnicas o especiales de acuerdo a sus necesidades y cada una deberá ser presidida por un vocal del Gobierno Parroquial Rural. Además el presidente del GAD Parroquial puede proponer la conformación de comisiones ocasionales, la cual puede estar integrada por: tres vocales, funcionarios del Gobierno Parroquial, y técnicos contratados

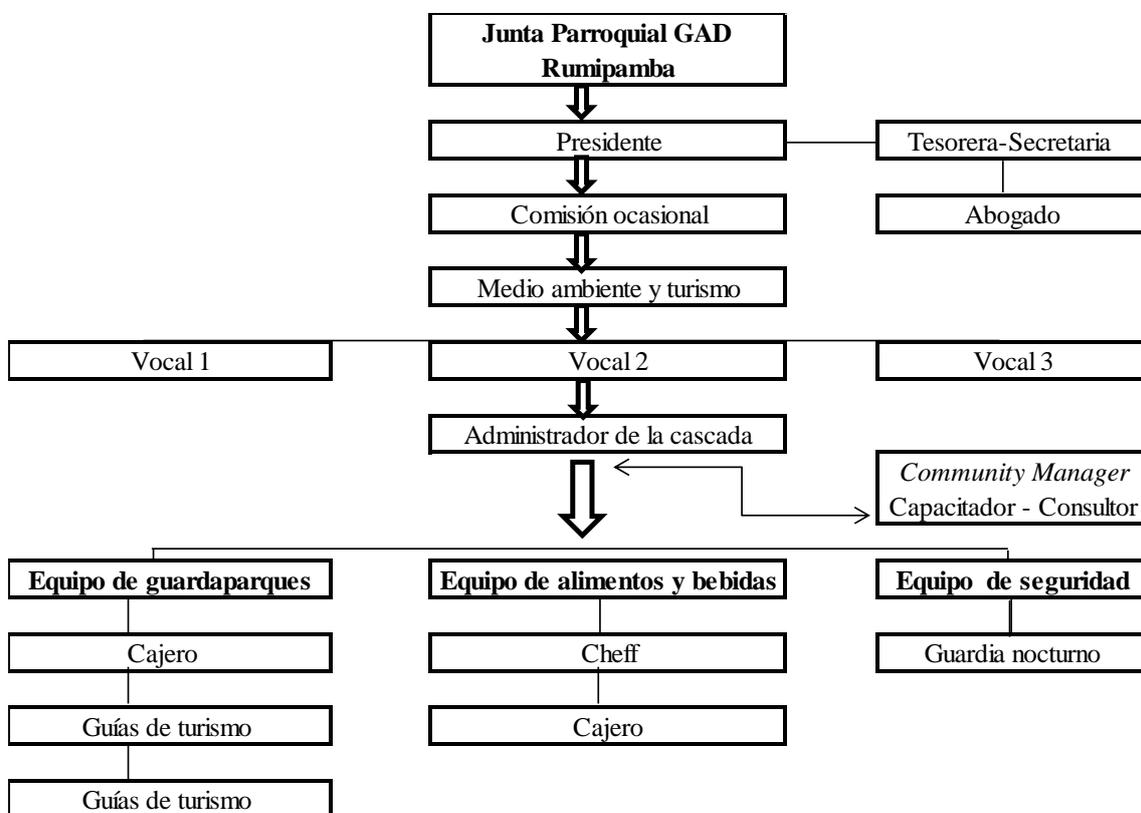
o voluntarios que no formen parte del organigrama estructural (GAD Parroquial Rumipamba, 2014).

*Vocales:* cada uno tiene la función de crear su respectiva planificación de trabajo anual, y a la vez exponer los resultados de su gestión ante la asamblea parroquial.

#### 4.4.1.3 Propuesta de una estructura organizacional para la cascada Cóndor Machay

De acuerdo a las actividades y servicios que se propone en el modelo gestión turística, es lo que fundamenta el siguiente organigrama estructural, el cual está creado de forma jerárquica y describe las funciones a cumplir por cada rol en los diferentes equipos de trabajo que se han creado. El organigrama está encabezado por el presidente de la Junta Parroquial; una tesorera-secretaria; personal de apoyo y asesoramiento (abogado, capacitador y un *community manager*), quienes realizan su trabajo de manera temporal; seguido por la comisión de medio ambiente y turismo (tres vocales); y un administrador, quien dirige a los tres equipos de trabajo (guardaparques, alimentos y bebidas y seguridad).

**Figura 22:** Estructura organizacional de la cascada Cóndor Machay



Fuente: Adaptado por autor de tesis

#### 4.4.1.4 Descripción de los roles que tiene cada equipo de trabajo

**Cuadro 6:** Perfil profesional del administrador

<p>Cascada Cónдор Machay</p>	<p>Junta Parroquial Rumipamba Comisión Especial de Medio Ambiente y Turismo</p>	<p>Procedimiento JPR-001</p>
<p style="text-align: center;"><b>Misión</b></p> <p>- Administrador del lugar turístico: Máximo responsable de brindar al visitante servicios eficientes y lograr la satisfacción a través de la administración y supervisión de los recursos humanos y materiales del lugar turístico.</p>		
<p style="text-align: center;"><b>Funciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Negociar con proveedores (precios, plazos de entrega, calidad, condiciones de pago, descuentos, volumen de pedido).</li> <li>- Solicitar a tiempo los formatos impresos: facturas, recibos, control de visitantes, formatos de recepción de mercadería.</li> <li>- Tener a tiempo útiles de oficina y de aseo.</li> <li>- Mantener buena comunicación con los proveedores y trabajadores.</li> <li>- Promover la venta de productos o servicios, mediante los medios o relaciones adecuadas (web 2.0 y propagandas a través de revistas, periódicos y radio).</li> <li>- Diseñar un calendario anual de marketing con seis meses de anticipación para determinar las promociones que se van a ofrecer.</li> <li>- Coordinar la colocación de un stand en fiestas populares o ferias que realice el Municipio de Rumiñahui.</li> <li>- Controlar que el personal a su cargo cumpla con sus responsabilidades establecidas y que los visitantes sean atendidos con un trato diligente, respetuoso, cortés, y en el margen de tiempo previsto.</li> <li>- Establecer los horarios de trabajo y los días libres del personal.</li> <li>- Convocar reuniones con frecuencia mensual para coordinar acciones.</li> <li>- Resolver con prontitud y excelencia cualquier eventualidad y/o problema que se presente.</li> <li>- Evaluar y dar seguimiento a los resultados de la satisfacción del visitante.</li> <li>- Elaborar informes situacionales y sobre el cumplimiento del plan operativo anual para el presidente de la Junta Parroquial con copia a la Municipalidad de Rumiñahui.</li> <li>- Es encargado de tener en stock todos los productos necesarios para la producción de alimentos y bebidas en la cafetería (compras semanales y/o solicitar pedidos a proveedores).</li> <li>- Capacitar a los equipos de trabajo en técnicas de atención al cliente.</li> </ul>		

<b>Perfil profesional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título universitario avalado por el SENESCYT.</li> <li>- Experiencia en tareas relacionadas con sus estudios profesionales.</li> <li>- Manejo de programas informáticos (Word, Excel y Power Point).</li> <li>- Licencia para conducir vigente.</li> <li>- Oriundo de la parroquia y que conozca la zona con exactitud.</li> <li>- Que sea emprendedor y con ideas innovadoras.</li> <li>- Capacidad de liderazgo.</li> <li>- Imparcial.</li> <li>- Conocimientos en: turismo, educación ambiental, administración del personal, técnicas de negociación y atención al cliente, marco legal de guías de turismo.</li> <li>- Buen estado de salud.</li> <li>- Dispuesto a trabajar fines de semana y feriados.</li> </ul>		
<b>Equipos y materiales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Computadora.</li> <li>- Mueblería (escritorios, sillas, librero).</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Yessenia Herrera	<b>Revisado por:</b> Representante de la Comisión Medio Ambiente y Turismo	<b>Aprobado por:</b> Presidente de la Junta Parroquial
<b>Firma:</b> YH	<b>Firma:</b> EP	<b>Firma:</b> VA
<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016

**Cuadro 7:** Perfil profesional del equipo de guardaparques

Cascada Cóndor Machay	Junta Parroquial Rumipamba Comisión Especial de Medio Ambiente y Turismo	Procedimiento JPR- 002
<b>Misión</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo de Guardaparques: Defensores incansables de la protección y preservación del patrimonio mundial, natural, cultural y recreacional (Ministerio del Ambiente Perú, 2016).</li> </ul>		
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar la bienvenida al visitante e impartir al visitante políticas y normas de comportamiento.</li> <li>- Llevar un registro de ingreso de visitantes.</li> <li>- Controlar que no exceda la capacidad de carga del lugar turístico (coordina la entrada y salida de los visitantes).</li> <li>- Diseñar los guiones turísticos.</li> <li>- Guiar grupos turísticos (transmitir información de flora, fauna, datos relevantes y aplicar actividades recreativas, teniendo en cuenta el interés del visitante).</li> <li>- Animar a los visitantes actuales a compartir en sus redes sociales, fotos, comentarios y/o vídeos de su experiencia durante su recorrido por la cascada.</li> <li>- Aplicar al turista una encuesta para determinar el grado de satisfacción del</li> </ul>		

<p>visitante por los servicios recibidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Responder con claridad, amabilidad las preguntas formuladas por los visitantes.</li> <li>- Controlar que esté en buen estado la infraestructura.</li> <li>- Vigilar el comportamiento de los visitantes (proteger biodiversidad, controlar la cacería, controlar los incendios, entre otros).</li> <li>- Crear actividades y campañas de educación ambiental dirigida a la comunidad local.</li> <li>- Realizar el mantenimiento y limpieza de las instalaciones (senderos, boletería, centros de visitantes, servicios higiénicos, guardianías, oficinas administrativas, espacios verdes, parqueadero, límites del área, entre otros).</li> <li>- Cobrar la entrada (cajero).</li> <li>- Asistir medicamente (primeros auxilios).</li> <li>- Utilizar uniforme.</li> </ul>		
<b>Perfil profesional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar el área en un 90% mínimo.</li> <li>- Conocimientos en: flora, fauna nativa, conservación medioambiental, técnicas de comunicación, técnicas de asistencia y animación de grupos, legislación sobre turismo rural y medio ambiente, técnicas de primeros auxilios.</li> <li>- Actuar con honestidad y rapidez.</li> <li>- Resolver los problemas con eficacia y eficiencia.</li> <li>- Analizar las relaciones de los guías de turismo con las empresas del sector.</li> <li>- Analizar las características y el comportamiento de los diferentes grupos turísticos que habitualmente participan en viajes organizados.</li> <li>- Predisposición para trabajar fuera de las horas hábiles de oficina, incluidos los feriados y fines de semana.</li> <li>- Buen estado físico y de salud.</li> </ul>		
<b>Equipos y materiales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos de seguridad (radios motorola).</li> <li>- Herramientas de albañilería, carpintería y electricidad.</li> <li>- Computadora.</li> <li>- Productos de limpieza.</li> <li>- Formatos de registro de visitantes impresos.</li> <li>- Reloj y brújula.</li> <li>- Caja registradora.</li> <li>- Camilla y botiquín de primeros auxilios.</li> <li>- Planos y mapas.</li> <li>- Documentos de viaje impresos: Legislación turística y ambiental.</li> <li>- Libros: Guías de viaje de turismo, flora, fauna, técnicas de animación.</li> <li>- Uniforme</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Yessenia Herrera	<b>Revisado por:</b> Representante de la Comisión Medio Ambiente y Turismo	<b>Aprobado por:</b> Presidente de la Junta Parroquial
<b>Firma:</b> YH	<b>Firma:</b> EP	<b>Firma:</b> VA
<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016

**Cuadro 8:** Perfil profesional del equipo de alimentos y bebidas

Cascada Cóndor Machay	Junta Parroquial Rumipamba Comisión Especial de Medio Ambiente y Turismo	Procedimiento JPR- 003
<b>Misión</b>		
<p>- Equipo de alimentos y bebidas: Preparar, servir y vender alimentos y bebidas, teniendo en cuenta las normas de calidad e higiene.</p>		
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cajero: cobra el valor correspondiente del consumo del cliente, emite facturas, conoce el menú y aconseja al cliente sobre los productos, encargado de pasar las comandas para su elaboración, lleva un registro diario de las ventas y realiza el cierre de caja, rindiendo cuentas transparentes. Además se encarga del despacho de las órdenes en la cafetería, trabaja bajo las órdenes del chef</li> <li>- Chef/ cocinero: diseña el menú a utilizarse con recetas y productos tanto locales como nacionales, bajo la aprobación del administrador; prepara los alimentos y bebidas; controla que las comidas salgan con las normas de seguridad e higiene; controla el inventario de entrada y salida de los alimentos que se encuentran almacenados para evitar desperdicios o robos; realiza un inventario de la mercadería y entrega al administrador un informe de compras que necesita; supervisa la bodega y cuida los equipos de cocina.</li> <li>- Equipo completo: usan el uniforme de manera correcta y pulcra; asisten al cliente en cualquier requerimiento que necesite; limpian y controlan los utensilios, la vajilla, el mobiliario y la instalación de la cafetería de acuerdo a las normas de higiene; manejan adecuadamente los desperdicios y la basura; y se ocupan de la mantelería y limpieza de las mesas.</li> </ul>		
<b>Perfil profesional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cajero: saber llenar facturas, experiencia en manejar dinero y saber utilizar computadora.</li> <li>- Conocimientos del chef y ayudante de cocina: procedimientos de operación y control de alimentos (manipulación, limpieza y preparación de alimentos en crudo, presentación y decoración básica de platos); almacenamiento y conservación de alimentos; métodos de refrigeración y congelación; saber utilizar el mobiliario de cocina (cocina industrial, hornos, asador, freidora, olla a presión, microondas, entre otros).</li> <li>- Conocimientos en técnicas de atención al cliente, etiqueta y protocolo (montaje de mesas).</li> <li>- Predisposición para trabajar fuera de las horas hábiles de oficina, incluidos los feriados y fines de semana.</li> <li>- Ser respetuosos, responsables, ágiles y honestos.</li> </ul>		
<b>Equipos y materiales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vajillas, juego de cubiertos, cristalerías, juego de ollas y sartenes, entre otros.</li> <li>- Mobiliario de cocina (microondas, horno, cocina, cafetera, tostadora).</li> <li>- Materia prima.</li> <li>- Extintores.</li> <li>- Uniformes</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Yessenia Herrera	<b>Revisado por:</b> Representante de la	<b>Aprobado por:</b> Presidente de la Junta

	Comisión Medio Ambiente y Turismo	Parroquial
<b>Firma:</b> YH	<b>Firma:</b> EP	<b>Firma:</b> VA
<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016

**Cuadro 9:** Perfil profesional del equipo de seguridad

Cascada Cóndor Machay	Junta Parroquial Rumipamba Comisión Especial de Medio Ambiente y Turismo	Procedimiento JPR-004
<b>Misión</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guardia de seguridad:</li> </ul> <p>Velar por la seguridad de los visitantes, del personal y de las instalaciones.</p>		
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Resguardar al grupo evitando extravíos, robos, accidentes y discusiones.</li> <li>- Vigilar por la noche.</li> <li>- Verificar diariamente el nivel del río (precipitación fluvial), con la ayuda del Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMHI).</li> <li>- Revisar diariamente en qué estado se encuentra el volcán Cotopaxi.</li> <li>- Cuidar la infraestructura del lugar.</li> <li>- Informar cualquier anomalía al retén policial más cercano, demás personal del área y/o visitantes.</li> <li>- Controlar que se cumplan las políticas del lugar.</li> <li>- Usar uniforme y llevar consigo armas de defensa personal.</li> </ul>		
<b>Perfil profesional</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Físicamente: sea alto, robusto y fuerte.</li> <li>- Conozca el área mínimo en un 90%.</li> </ul>		
<b>Equipos y materiales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chalecos anti-balas.</li> <li>- Uniformes.</li> <li>- Radios motorola.</li> <li>- Armas de defensa personal.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b> Yessenia Herrera	<b>Revisado por:</b> Representante de la Comisión Medio Ambiente y Turismo	<b>Aprobado por:</b> Presidente de la Junta Parroquial
<b>Firma:</b> YH	<b>Firma:</b> EP	<b>Firma:</b> VA
<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016	<b>Fecha:</b> 04-01-2016

#### *4.4.1.5 Políticas*

##### *Administrativas:*

- La gestión de la cascada Cóndor Machay implementará los instrumentos necesarios para un efectivo manejo y administración que contemple mecanismos transparentes.
- Alcanzar la sostenibilidad financiera a mediano plazo.
- En la operación de las actividades los pobladores locales contribuirán a la conservación del área natural.

##### *Control y Vigilancia en el área natural:*

- Regular y controlar el uso y aprovechamiento de los recursos naturales en la cascada Cóndor Machay. Entre las cuales se establece: no botar basura, no fumar, no ingresar bebidas alcohólicas ni mascotas, no cazar animales, no arrancar plantas, no entrar con anzuelos o cañas de pescar y finalmente la última visita permitida es a las 14:30 horas.

##### *Valoración y reconocimiento de los beneficios eco-sistémicos:*

- Diseñar e implementar instrumentos para la valoración y reconocimiento de los beneficios ecosistémicos.

##### *Educación Ambiental*

- Promover ideas educativas que contribuyan a la valoración del sitio natural.

#### **4.4.2 Eje estratégico 2: Involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas como medio para mejorar su calidad de vida**

El turismo ha demostrado ser una de las actividades más eficaces de impulsar la creación de empleo y el desarrollo económico en las comunidades locales; este conjunto de personas oriundas de la parroquia se convierten en el eje principal del modelo de gestión ya que son las personas directamente beneficiadas, pero es necesario generar en ellos compromiso y capacitación para poner brindar al visitante un buen servicio.

**Cuadro 10:** Involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas

<b>Eje estratégico</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>	<b>Indicador</b>
<b>2. Involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas como medio para mejorar su calidad de vida.</b>	2.1 Fortalecer el área de Recursos Humanos.	2.1.1 Programar reuniones para sociabilizar sobre el proyecto turístico.	Porcentaje de pobladores que asisten a las reuniones.
		2.1.2 Generar compromiso en la comunidad a través de un acta.	Porcentaje de pobladores que les interesa involucrarse en el proyecto turístico.
		2.1.3 Entrevistar a la comunidad.	Número de pobladores beneficiados.
		2.1.4 Definir el rol para cada poblador.	Número de personas en cada equipo de trabajo.
	2.2 Mejorar la calidad del servicio.	2.2.1 Capacitar a los guardaparques en el tema de primeros auxilios y conservación del medio ambiente.	-Número de talleres de capacitación realizados. -Número de trabajadores beneficiados. -Porcentaje de trabajadores que logran nota mayor a seis en la evaluación de conocimientos aprendidos.
		2.2.2 Capacitar al equipo de alimentos y bebidas en temas de manipulación de alimentos, protocolo y etiqueta.	-Número de talleres de capacitación realizados. -Número de trabajadores beneficiados. -Porcentaje de trabajadores que logran nota mayor a seis en la evaluación de conocimientos aprendidos.

		2.2.3 Capacitar al gerente y a los cajeros en temas de contabilidad básica (llenar facturas, retenciones).	-Número de talleres de capacitación realizados. -Número de trabajadores beneficiados. -Porcentaje de incremento de conocimiento.
		2.2.4 Capacitar a todo el personal en técnicas de atención al cliente.	-Número de talleres de capacitación realizados. -Número de trabajadores beneficiados. -Porcentaje de trabajadores que logran nota mayor a seis en la evaluación de conocimientos aprendidos.
		2.2.5 Desarrollar manuales operativos para cada equipo de trabajo.	Número de manuales desarrollados.

#### **4.4.3 Eje estratégico 3: Posicionar a la cascada Cóndor Machay en la mente del visitante como sitio natural**

Posicionar es el arte de diseñar la oferta y la imagen del atractivo turístico de modo que ocupe un lugar distintivo en la mente del visitante (Kotler, 2001), aspecto que es importante para romper la estacionalidad que actualmente posee el lugar y para que un mayor número de personas conozcan sobre la cascada y la visiten.

**Cuadro 11:** Posicionar a la cascada Cóndor Machay

<b>Eje estratégico</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>	<b>Indicador</b>
<b>3. Posicionar a la cascada Cóndor Machay en la mente del visitante como sitio natural.</b>	3.1 Crear una imagen institucional.	3.1.1 Elaborar un logotipo.	Porcentaje de personas que reconocerán el logotipo.
		3.1.2 Hacer un eslogan.	Porcentaje de personas que reconocerán el eslogan.
		3.1.3 Imprimir el diseño en la papelería institucional.	Número de hojas impresas con el diseño institucional.
		3.1.4 Incluir el diseño en la firma electrónica y en tarjetas de presentación personal.	Número de emails enviados y número de tarjetas de presentación impresas.
	3.2 Promover las bondades de la cascada a través de propagandas.	3.2.1 Conseguir revistas que estén interesadas en publicar información acerca de la diversidad natural y belleza que ofrece nuestro país para que creen artículos de la cascada Cóndor Machay.	Número de publicaciones acerca de la cascada Cóndor Machay que aparecen gratuitamente en revistas.
		3.2.2 Aprovechar que existen radios con segmentos en turismo para lograr obtener una cuña gratuita que informe a las personas sobre la existencia de un lugar natural.	Número de cuñas gratuitas que hablan de la cascada Cóndor Machay en radios.
		3.2.3 Proponer a los editores de los periódicos de Quito que escriben para la sección de entretenimiento o de turismo que publiquen artículos sobre la cascada.	Número de artículos gratuitos que informan de la cascada Cóndor Machay a través del periódico.
	3.3 Divulgar sobre la existencia de la cascada.	3.3.1 Utilizar las redes web 2.0 como Facebook, Twitter, Skype, YouTube.	Número de amigos <i>likes, twits</i> , publicaciones y/o comentarios que realizan las personas.
		3.3.2 Actualizar la información de la página	Número de veces que ingresan a las páginas

	web del GAD Parroquial Rumipamba y del Municipio de Rumiñahui.	web para actualizar la información.
	3.3.3 Entregar folletería en lugares donde se encuentran un gran número de personas como parque la Moya, San Luis, entre otros.	Número de folletería impresa.
	3.3.4 Ubicar un <i>stand</i> en fiestas populares o ferias que realice el Municipio de Rumiñahui.	Número de veces que se coloca el stand en eventos.
	3.3.5 Enviar una carta de invitación a todas las empresas turísticas privadas y públicas al evento de presentación de la iniciativa turística que tiene de la cascada Cóndor Machay.	-Número de invitaciones enviadas.
3.4 Alianzas estratégicas con entidades privadas para romper la estacionalidad.	3.4.1 Elaborar un análisis de la competencia.	Número de cascadas que existen en el cantón Rumiñahui.
	3.4.2 Crear una base de datos.	-Número de agencias de viajes en Quito y en el cantón Rumiñahui. -Número de centros educativos en el cantón Rumiñahui.
	3.4.3 Visitar las distintas entidades.	Número de empresas dedicadas al sector turístico involucradas en el ofrecimiento de productos de calidad.
	3.4.4 Negociar para que en sus circuitos turísticos o en las salidas estudiantiles incluyan la visita a la cascada.	-Número de entidades con las que se logra llegar una negociación. -Porcentaje de personas que llegan a la cascada a través de la alianza.
	3.4.5 Lograr acuerdos con Instituciones Nacionales como MINTUR para formar guías nativos.	Número de licencias otorgadas por el MINTUR.

	3.5 Controlar a los visitantes.	3.5.1 Aplicar una encuesta de satisfacción a todos los visitantes.	Porcentaje de satisfacción de los visitantes.
		3.5.2 Crear un registro estadístico de ingreso de visitantes.	Número de visitantes mensualmente.

#### 4.4.3.1 Crear una imagen institucional

Se considera importante elaborar un logotipo y un eslogan ya que representan la imagen corporativa de una entidad y facilitan el reconocimiento para los visitantes; en este caso se los utilizaría en las redes 2.0, páginas web, y ferias de turismo.

Un eslogan es una frase que transmite un mensaje; en este caso se utilizó un eslogan emocional, el cual no tiene asociación directa con el lugar pero sí hace referencia de algo que motiva a la persona visitarlo.

En cambio un logotipo representa una imagen o un diseño; en esta situación se creó un logotipo simbólico, en el que se plasma las iniciales de la letra “C” y la letra “M”, las cuales representan el nombre Cóndor Machay, además la forma de la letra “C” simboliza el agua de la cascada y la letra “M” la vegetación que le rodea al sitio natural.

**Figura 23:** Propuesta de logotipo y eslogan para la cascada Cóndor Machay



Creado por: autor de tesis

#### 4.4.3.2 Medios donde se pueden solicitar propagandas

La propaganda se la define como un reportaje que se crea sobre una entidad o lugar y que es difundido a través de medios masivos, los cuales no reciben ningún tipo de pago por parte de la empresa.

Se puede tratar de buscar propagandas por medios relacionados con el turismo como:

*En radios como:* Pichincha Universal (95.3 FM); Radio pública (100.9 FM); Ecos de Rumiñahui (88.9 FM), Radio Súper K (1200 AM); Radio online Turismo Ecuador.

*En revistas como:* Ecuador Infinito; Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo (Transport); Ecuador ama la vida (MINTUR); Revista Líderes; Revista Turismo Consciente (MINTUR); Revista Clave Turismo; Revista la familia; Revista Mi Pymes (Federación Interamericana Empresarial); Revista Emprendedores; Revista Turismo y Desarrollo Local Sostenible (TURYDES); Revista Letras Verdes (FLASCO Ecuador).

*En periódicos como:* Comercio, Universo, Metro hoy, Ultimas Noticias, La Hora.

#### 4.4.4 Eje estratégico 4: Dotar de turística y equipos para brindar servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes

La cascada Cóndor Machay actualmente posee insuficiente señalización y una limitada infraestructura turística ya que carece de servicios fundamentales como es la alimentación, de actividades de recreación (área para asados), de un centro de información turística (boletería), de un centro de atención inmediata, de oficinas para el gerente y guardaparques, de más servicios higiénicos y de un portón para ingresar al sendero.

**Cuadro 12:** Dotar de turística y equipos al área

Eje estratégico	Estrategias	Actividades	Indicador
<b>4. Dotar de turística y equipos para brindar servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes.</b>	4.1 Construir infraestructura turística en la cascada Cóndor Machay.	4.1.1 Conseguir financiamiento/donaciones con Instituciones públicas y privadas.	Cantidad de donaciones adquiridas. -Porcentaje de apoyo económico recibido. -Número de entidades que brindan su apoyo.
		4.1.2 Contratar un ingeniero civil.	Número de los días de trabajo.
		4.1.3 Emplear maestros de construcción.	Número de contratos.

		4.1.4 Comprar material de construcción.	Costo total utilizado en materiales de construcción.
4.2 Dotar de equipos para las instalaciones turísticas.		4.2.1 Buscar financiamiento/donaciones.	Cantidad de donaciones adquiridas. -Porcentaje de apoyo económico recibido. -Número de entidades que brindan su apoyo.
		4.2.2 Adquirir equipos para el funcionamiento de una cafetería.	Costo total utilizado en equipos para la cafetería.
		4.2.3 Proveer de materiales y equipos de seguridad.	Costo total utilizado en materiales y equipos de seguridad.
		4.2.4 Entregar equipos tecnológicos y materiales para los trabajadores.	Costo total utilizado en equipos tecnológicos y materiales.
4.3 Señalización.		4.3.1 Determinar los lugares exactos donde se va a implementar la señalética.	Número de lugares que necesitan de señalética.
		4.3.2 Escoger el diseño de señalética.	Número de diseño para escoger.
		4.3.3 Contratar la empresa que realizará la señalética.	Cantidad de empresas con diferentes proformas.

#### 4.5 Plan operativo anual (POA)

La planificación operativa anual (POA) está ligada a una misión, visión, base legal, ejes objetivos (ejes estratégicos), estrategias, indicadores y actividades; elementos que se han ido efectuando a lo largo del último capítulo. A continuación se especificará el tiempo que conlleva el cumplimiento de cada actividad y el responsable a cargo; dichas actividades deben cumplirse durante el periodo de un año.

**Cuadro 13:** Cronograma de actividades

GESTION DEL TIEMPO												
ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO										
		MES 1 (ENERO)	MES 2 (FEBRERO)	MES 3 (MARZO)	MES 4 (ABRIL)	MES 5 (MAYO)	MES 6 (JUNIO)	MES 7 (JULIO)	MES 8 (AGOSTO)	MES 9 (SEPTIEMBRE)	MES 10 (OCTUBRE)	MES 11 (NOVIEMBRE)
<b>1. Definir la estructura administrativa de la cascada Cóndor Machay.</b>												
<b>1.1 Establecer legalmente la administración de la cascada Cóndor Machay.</b>												
1.1.1 Consultoría a través de un abogado.	Abogado											
1.1.2 Tener todos los trámites legales en orden.	Comisión medio ambiente y turismo											
1.1.3 Contar con un proceso contable definido.	Tesorera - secretaria											
1.1.4 Estructura organizacional del GAD Parroquial de Rumipamba.	Comisión medio ambiente y turismo											
1.1.5 Elaborar el organigrama estructural para la comisión de medio ambiente y turismo de la Junta Parroquial de Rumipamba.	Comisión medio ambiente y turismo											
1.1.6 Establecer políticas en el área turística.	Comisión medio ambiente y turismo											

<b>1.2 Diseñar fichas profesionales para cada equipo de trabajo.</b>																			
1.2.1 Identificar las actividades que se tienen que realizar en el área turística.	Comisión medio ambiente y turismo																		
1.2.2 Clasificar las actividades según el equipo de trabajo al que corresponden.	Comisión medio ambiente y turismo																		
1.2.3 Establecer la misión de cada equipo de trabajo.	Comisión medio ambiente y turismo																		
1.2.4 Describir las funciones para cada cargo.	Comisión medio ambiente y turismo																		
1.2.5 Detallar el perfil profesional de cada uno de los trabajadores potenciales.	Comisión medio ambiente y turismo																		
<b>2.1 Involucrar a la comunidad local en las actividades turísticas como medio para mejorar su calidad de vida.</b>																			
<b>2.1 I Fortalecer el área de Recursos Humanos.</b>																			
2.1.1 Programar reuniones para sociabilizar sobre el proyecto turístico.	Comisión medio ambiente y turismo																		
2.1.2 Generar compromiso en la comunidad a través de un acta.	Comisión medio ambiente y turismo																		
2.1.3 Entrevistar a la comunidad.	Presidente																		
2.1.4 Definir el rol para cada poblador.	Comisión medio ambiente y turismo																		
<b>2.2 Mejorar la calidad del servicio.</b>																			
2.2.1 Capacitar a los guardaparques en el tema de primeros auxilios y	Capacitador																		



para que creen artículos de la cascada Cóndor Machay.																			
3.2.2 Aprovechar que existen radios con segmentos en turismo para lograr obtener una cuña gratuita que informe a las personas sobre la existencia de un lugar natural.	Administrador más la comisión medio ambiente y turismo																		
3.2.3 Proponer a los editores de los periódicos de Quito que escriben para la sección de entretenimiento o de turismo que publiquen artículos sobre la cascada.	Administrador más la comisión medio ambiente y turismo																		
<b>3.3 Divulgar sobre la existencia de la cascada.</b>																			
3.3.1 Utilizar las redes web 2.0 como Facebook, Twitter, Skype, Youtube.	Administrador más community manager																		
3.3.2 Actualizar la información de la página web del GAD Parroquial Rumipamba y del Municipio de Rumiñahui.	Administrador más community manager																		
3.3.3 Entregar folletería en lugares con gran afluencia de personas.	Equipo de guardaparques.																		
3.3.4 Ubicar un stand en fiestas populares o ferias que realice el Municipio de Rumiñahui.	Administrador más equipo guardaparques																		
3.3.5 Enviar una carta de invitación a todas las empresas turísticas privadas y públicas al evento de presentación de la iniciativa turística que tiene de la cascada Cóndor	Administrador más la comisión medio ambiente y turismo																		





## 4.6 Presupuesto de Inversión Inicial

El POA es un instrumento que vincula la planificación con el presupuesto, por lo tanto es la base para elaborar la proforma presupuestaria.

En este caso, para aplicar la propuesta del modelo de gestión turística en la cascada Cónдор Machay se necesita de aproximadamente de un presupuesto de inversión inicial de 24812,4 usd.

A continuación se detalla todos los elementos que serán adquiridos:

**Tabla 26:** Presupuesto de inversión inicial

<b>Cascada Cónдор Machay</b>			
<b>Presupuesto de Inversión Inicial</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Muebles y Enseres</b>			
Escritorios	3	100	300
Librero	1	150	150
Camilla	1	110	110
Mesas plástico (6 pax)	6	27	162
Sillas plástico	30	7,6	228
Cama 1 ½	2	80	160
Veladores	2	30	60
Colchones	2	85	170
Juego de sábana	2	15	30
Almohada	2	8	16
Sobrecamas	4	50	200
Basureros pequeños	4	7	28
Basureros grandes	4	15,6	62,4
Mantelería	10	20	200
Escobas	3	4	12
Palas	2	3	6
Trapeador industrial	2	50	100
<b>Subtotal</b>	<b>73</b>	<b>705,2</b>	<b>1994,4</b>
<b>Herramientas</b>			
Martillo	1	15	15
Juego de llaves de reparación	1	50	50
Juego de desarmadores	1	25	25
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>90</b>	<b>90</b>
<b>Equipos electrónicos</b>			
Computador	3	375	1125
Impresora	1	100	100
Infocus	1	450	450

DVD	1	100	100
Plasma 21'	1	600	600
Caja registradora	1	400	400
<b>Subtotal</b>	8	2025	<b>2775</b>
<b>Equipos de cocina</b>			
Cocina	1	500	500
Horno	1	400	400
Congelador y refrigeradora	2	500	1000
Microondas	2	119	238
Cafetera	2	150	300
Licuada	2	45	90
Extractor de jugos	2	75	150
Tostadora	2	35	70
<b>Subtotal</b>	14	1824	<b>2748</b>
<b>Menaje de cocina</b>			
Cubiertos (30 pax)	1	70	70
Vasos (30 pax)	1	30	30
Vajilla (30 pax)	1	150	150
Ollas (juegos)	2	80	160
Sartenes (juegos)	1	80	80
<i>Tupperware</i>	5	25	125
<b>Subtotal</b>	11	435	<b>615</b>
<b>Equipos generales</b>			
Brújula	2	15	30
Linternas	3	10	30
Radios motorola	5	75	375
Extintor	2	25	50
Ponchos de agua	4	10	40
<b>Subtotal</b>	16	135	<b>525</b>
<b>Equipos de seguridad</b>			
Chaleco con placa metálica 3mm	2	60	120
Armas de defensa personal	2	40	80
<b>Subtotal</b>	4	100	<b>200</b>
<b>Construcciones y edificaciones</b>			
Construcción edificaciones	5	3000	15000
Inodoro, lavabo, mangueras	4	120	480
Duchas	2	30	60
Pozo séptico	1	600	600
Señalética	10	25	250
<b>Subtotal</b>	22	3775	<b>16390</b>
<b>Total</b>			<b>24812,4</b>

## 4.7 Flujo de Caja

**Tabla 27:** Flujo de Caja

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>	-	-	-	-	
Número de visitas diarias objetivo promedio (1)	100	120	144	173	207
Número de días a la semana	5	5	5	5	5
Número de meses operativos	6	12	12	12	12
Valor entrada	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Total ingresos por entradas (1)	9.000,00	21.600,00	25.920,00	31.140,00	37.260,00
Valor promedio estimado ingresos cafetería por pasajero	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Servicio Cafetería (2)	\$ 12.000,00	\$ 28.800,00	\$ 34.560,00	\$ 41.520,00	\$ 49.680,00
<b>Inversión inicial</b>	\$ 24.812,40	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Gastos fijos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Sueldos 6 meses preoperación	\$ (1.020,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
Sueldos tiempo completo (3)	\$ (4.740,00)	\$ (9.480,00)	\$ (9.480,00)	\$ (9.480,00)	\$ (9.480,00)
Sueldos medio tiempo (4)	\$ (4.080,00)	\$ (8.160,00)	\$ (8.160,00)	\$ (8.160,00)	\$ (8.160,00)
Beneficios Sociales	\$ (3.969,00)	\$ (7.938,00)	\$ (7.938,00)	\$ (7.938,00)	\$ (7.938,00)
Servicios Básicos	\$ (300,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)
Suministros de alimentos (40% de ingresos cafetería)	\$ (4.800,00)	\$ (11.520,00)	\$ (13.824,00)	\$ (16.608,00)	\$ 19.872,00
<b>Gastos variables</b>					
Suministros de oficina (3% de ingresos entradas)	\$ (270,00)	\$ (648,00)	\$ (777,60)	\$ (934,20)	\$ (1.117,80)
Uniformes	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)
Capacitación (5)	\$ (2.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
Publicidad (6)	\$ (2.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
Gastos legales	\$ (200,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Flujo</b>	\$ (28.391,40)	\$ 10.854,00	\$ 18.500,40	\$ 27.739,80	\$ 38.572,20

<b>VAN</b>	\$ 32.391,69				
<b>Tasa</b>	14%				
<b>TIR</b>	56%				

**Tabla 28:** Promedio de visitas objetivas diarias

<b>Objetivo visitas</b>					
Miércoles	60	72	86	103	124
Jueves	60	72	86	103	124
Viernes	100	120	144	173	208
Sábado	140	168	202	242	290
Domingo	140	168	202	242	290
	<b>100</b>	<b>120</b>	<b>144</b>	<b>173</b>	<b>207</b>

(1) Capacidad máxima 286 personas al día, para este campo se consideran visitas diarias objetivo \* número días operación a la semana \* meses operación hasta llegar al año 5 con su capacidad máxima esperada.

(2) Se presupuesta que cada persona realice un consumo de 4 dólares en la cafetería.

(3) Sueldos tiempo completo: administrador \$ 550; chef \$ 450; guardia de seguridad sueldo básico.

(4) Sueldos medio tiempo: equipo de guardaparques y equipo de alimentos y bebidas.

(5) Capacitador: \$ 2000

(6) Community manager: \$ 1100 y el resto de dinero para folletería.

**Valor actual neto (VAN):** es el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. En este proyecto el beneficio económico que se obtendrá durante la vida útil del proyecto es \$ 32.391,69.

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** es el indicador de la rentabilidad de un proyecto y a través del resultado se puede aceptar o rechazar dicho proyecto de inversión. En este caso el TIR tiene como resultado 56% lo que supera a la tasa activa convirtiéndole en un plan aprobado.

**Tabla 29:** Punto de equilibrio

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>	-	-	-	-	
Número de visitas diarias objetivo promedio (1)	77	92	110	132	158
Número de días a la semana	5	5	5	5	5
Número de meses operativos	6	12	12	12	12
Valor entrada	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Total ingresos por entradas (1)	6.930,00	16.560,00	19.800,00	23.760,00	28.440,00
Valor promedio estimado ingresos cafetería por pasajero	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Servicio Cafetería (2)	\$ 9.240,00	\$ 22.080,00	\$ 26.400,00	\$ 31.680,00	\$ 37.920,00
<b>Inversión inicial</b>	\$ (24.812,40)	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Gastos fijos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Sueldos 6 meses preoperación	\$ (1.020,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
Sueldos Tiempo completo	\$ (4.740,00)	\$ (9.480,00)	\$ (9.480,00)	\$ (9.480,00)	\$ (9.480,00)
Sueldos Medio tiempo	\$ (4.080,00)	\$ (8.160,00)	\$ (8.160,00)	\$ (8.160,00)	\$ (8.160,00)
Beneficios Sociales	\$ (3.969,00)	\$ (7.938,00)	\$ (7.938,00)	\$ (7.938,00)	\$ (7.938,00)
Servicios Básicos	\$ (300,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)
Suministros de alimentos (40% de ingresos cafetería)	\$ (3.696,00)	\$ (8.832,00)	\$ (10.560,00)	\$ 12.672,00	\$ 15.168,00
<b>Gastos variables</b>					
Suministros de oficina (3% de ingresos entradas)	\$ (207,90)	\$ (496,80)	\$ (594,00)	\$ (712,80)	\$ (853,20)
Uniformes	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.200,00)
Capacitación	\$ (2.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
Publicidad	\$ (2.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
Gastos legales	\$ (200,00)	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Flujo</b>	\$ (32.055,30)	\$ 1.933,20	\$ 7.668,00	\$ 14.677,20	\$ 22.960,80
<b>VAN</b>	(\$ 840,27)				

<b>Tasa</b>	14%				
<b>TIR</b>	13%				

(1) Número de visitas promedio por día para llegar al punto de equilibrio.

El punto de equilibrio muestra al mínimo que se debe llegar en número de visitantes para no ganar ni perder en el proyecto.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

- La cascada Cóndor Machay ubicada en la Parroquia Rumipamba, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha; es un atractivo natural con un potencial turístico, que con un adecuado modelo de gestión turística se posicionaría como uno de los sitios naturales a visitar por el turista nacional.
- La aplicación del modelo de gestión turística no solo beneficia al sector económico y social, también implementa políticas de conservación ambiental mejorando el cuidado de fuentes hídricas, suelos, flora y fauna.
- Pasar la administración de la cascada Cóndor Machay, del Municipio de Rumiñahui al GAD de la Parroquia de Rumipamba, agilizaría el desarrollo de la propuesta de un modelo de gestión turística, ya que hay más apertura y compromiso, al tener una relación directa y dinámica.
- El principal inversionista que asume el capital para este proyecto es el Municipio de Rumiñahui conjuntamente con el GAD de la Parroquia de Rumipamba, pero se sugiere que busquen auspicio tanto de empresas privadas como públicas.
- A través de un estudio de mercado y ajustándose a las nuevas tendencias, se puede determinar las exigencias y necesidades del cliente para poder satisfacerlo.
- En la actualidad la web 2.0 es la herramienta más eficaz y efectiva para comercializar y posicionar un producto.
- El sendero que conduce a la cascada Cóndor Machay se convierte en una experiencia mucho más satisfactoria, si se la cubriese con actividades de recreación, como parrillas para la barbacoa; ya que sus mayores visitantes son parejas y familias.
- Al desarrollar el modelo de gestión turística, proporciona al lugar de infraestructura que facilite la atención del visitante y satisfaga sus necesidades: cafetería, centro de información turística, servicio de atención inmediata y señalética.
- Para el servicio de cafetería se utilizará los productos agrícolas de la zona, conservando la gastronomía del lugar.

- Por la diversidad de aves que posee el sector de las cascadas Cóndor Machay, es un lugar idóneo para la fotografía y el aviturismo.
- Crear en un futuro paquetes para familias, parejas, estudiantes que puedan ser ofertados por agencias de viajes o directamente.

## **5.2 Recomendaciones**

- El camping no es una actividad recomendable en la cascada Cóndor Machay, ya que por su cercanía al volcán Cotopaxi, podría producirse una eventual erupción, sismos y deslizamientos que expondrían la integridad del visitante.
- Es recomendable tener un plan de prevención de riesgos, capacitación, simulacros, punto de encuentro, vías de evacuación y equipo necesario para actuar con eficiencia ante una emergencia.
- Al llegar a la etapa final del modelo de gestión turística se recomienda a las autoridades mejorar el transporte público, ya que habrá mayor demanda al acceso de la cascada Cóndor Machay.
- La creación de un manual de procesos, que permita la estandarización de las actividades, responsabilidades y uso de quipos.
- Mantenimiento constante en las vías para que siempre estén accesibles y en buen estado.
- La creación de un centro de interpretación en un futuro es recomendable para que el visitante se familiarice y tenga mayor información sobre las actividades que tendrá a su alcance durante la excursión.
- Realizar un estudio previo para determinar el valor de la entrada que se cobrará al visitante al momento de ingresar al área, dicho precio debe ir acorde a los servicios ofertados.
- En un futuro fomentar el Turismo Cultural, agregando danzas oriundas, obras de teatro como por ejemplo representando la vida de personajes históricos de la parroquia como Cantuña.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

- Álvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad*. España: Ideas propias.
- Bermeo, V. & Caldas, C. (2014). *Manual de Procedimientos Operativos para Restaurantes de Comida Rápida*. Tesis Ing. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Bigné, E. (2000). *Promoción comercial*. Madrid: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. (4a ed.). México: Trillas.
- Cardona, M y Chiner, E. (2006). *Diagnóstico psicopedagógico*. España: Club Universitario.
- Cubillo, J. (2008). *Marketing sectorial*. España: ESIC.
- Díaz, B. (2012). *Diseño de turísticos*. Madrid: Síntesis.
- Foster, M., Johnson, S. & Turner, A. (2003). *Terapia ocupacional*. (5a ed.). Madrid: Elsevier Science.
- García, A. (2006). *Guía para la elaboración de productos turísticos*. Quito: Elaborado para la Corporación Metropolitana de Turismo de Quito CMTQ.
- Guash, A. (2003). *Modelo y simulación*. Barcelona: Ediciones UPC.
- Hayes, B. (2000). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. (3ra ed.). España: Limpergraf.
- Heredia, J. (2004). *Sistema de indicadores para la mejora y el control integrado de la calidad*. España: Universidad Jaume.
- Pérez, A. (2000). *Control de gestión y tablero de comando*. Buenos Aires: Depalme.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia, Análisis, Planeación, Implementación y Control*. (8a ed.). México: Pearson Educación.
- Milio, I. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Thomson.
- Nicolás, J y Castro, J. (2005). *Investigación integral de mercados: decisiones sin incertidumbre*. (3ra ed.). New York: McGraw-Hill.
- Organizacional Mundial de Turismo. (2003). *Destino Turístico*. Madrid: OMT.
- Osha'ughnessy, J. (1988). *Marketing competitivo, un enfoque estratégico*. Madrid: Unwin Hyman, Inc.

- Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Madrid: Universidad Estatal a distancia San José en Costa Rica.
- Raggio, R. (2006). *Objetos de gestión*. Buenos Aires: Ediciones Raggio.

#### **Documentos de entidades gubernamentales:**

- Consejo Provincial de Pichincha y Ministerio de Turismo. (2009). *Plan estratégico de la Cascada Cóndor Machay y Vilatuña*. Quito: MINTUR.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui. (2014). *Guía Turística del Cantón Rumiñahui*. Quito: Enprint.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Rumipamba. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Rumipamba*. Quito: Gobierno de Pichincha.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Rumipamba: Fascículo Provincial Pichincha.
- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados. (2015). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Quito: V&M Gráficas.
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2014). *Perfiles del área turística*. Recuperado: 20/11/2014 en:  
<http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/sector-productivo-3-turismo/>
- Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Competitividad y Ministerio de industrias y productividad. (2015). *Modelo de gestión*. Quito: MIPYMES.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SEMPLADES. (2015). *Instructivo Metodológico para la formulación de Planes Operativos Anuales (POA)*. Recuperado: 1/04/2016 en:  
<https://ppikas.files.wordpress.com/2009/06/senplades-instructivopoa.pdf>

#### **Revistas**

- Freile, J y Fabara, J. (Eds.). (2009). La sublime y trágica historia del valle del Pita [Una mirada diferente al Ecuador]. *Terra Incógnita*, No (58).
- Poria, Y. (2013). The four musts: see, learn, feel, and evolve. *Journal of Heritage Tourism*. 8:4, 347-351, DOI: 10.1080/1743873X.2012.714386.

### Recursos de internet:

- Contreras, J. (2006). *El análisis de la industria: la matriz de evaluación de los factores externos (EFE)*. Recuperado: 20/11/2014 en:  
<http://www.joseacontreras.net/direstr/cap491d.htm>
- Contreras, J. (2006). *El análisis de la industria: la matriz de evaluación de los factores internos (EFI)*, Recuperado: 20/11/2014 en:  
<http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm>
- De Conceptos. (2016). *Concepto de Convenio*. Recuperado: 15/03/2015 en:  
<http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/convenio>
- Enciclopedia Financiera. (2016). *Estructura Organizacional*. Recuperado: 27/03/2015 en:  
<http://www.encyclopediainfinanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Rumiñahui. (2013). *Turismo*. Recuperado: 20/11/2014 en:  
<http://www.ruminahui.gob.ec/?q=contenido/hoteleria-y-turismo>
- Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología. (2014). Estación Izobamba 003.  
<http://www.serviciometeorologico.gob.ec/wp-content/uploads/anuarios/meteorologicos/Am%202011.pdf>
- Kaiton, A. (2011). La Satisfacción de cliente. *Crece Negocios*. Recuperado: 18/08/2015 en: <http://www.crecenegocios.com/la-satisfaccion-del-cliente/>.
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2014). *La Cascada Cóndor Machay*. Recuperado: 20/11/2014 en:  
<http://vivirecuador.com/blog/474/cascada-condor-machay>
- Ministerio de Educación. (2009). *Runakay Kamukuna, diccionario quichua-español*. Recuperado: 20/11/2014 en:  
[http://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/03/RK\\_diccionario\\_kichwa\\_castellano.pdf](http://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/03/RK_diccionario_kichwa_castellano.pdf)
- Ministerio del Ambiente de Ecuador. (2016). Políticas y Plan Estratégico del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. Recuperado: 12/13/2016 en:

<http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/369324/11.->

PLAN+ESTRAT%C3%89GICO+DEL+SNAP-

Resumen+Ejecutivo.pdf/72b6c299-cb55-4be4-8aa4-70591adf23a1

- Ministerio del Ambiente de Ecuador. (2013). *Manual para la Gestión Operativa de las Áreas Protegidas de Ecuador*. Recuperado: 20/11/2014 en:  
<http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/04-Manual-para-la-Gesti%C3%B3n-Operativa-de-las-%C3%81reas-Protegidas-de-Ecuador.pdf>
- Ministerio del Ambiente Perú. (2016). *Guardaparques*. Recuperado: 20/11/2014  
<http://www.minam.gob.pe/perunatural/2015/07/31/dia-del-mundial-del-guardaparque-una-noble-labor-para-el-cuidado-de-la-naturaleza/%29>
- National Geographic Society. (2013). *Cóndor andino*. Recuperado: 15/04/2015 en:  
<http://nationalgeographic.es/animales/pajaros/condor-andino>
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. (21a ed.). Recuperado: 1/08/2015 en: <http://lema.rae.es/drae/?val=servicio>
- Thompson, I. (2006). La satisfacción del cliente. *Promonegocios.net*. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>

## ANEXOS

### Anexo 1: Cascada Cóndor Machay

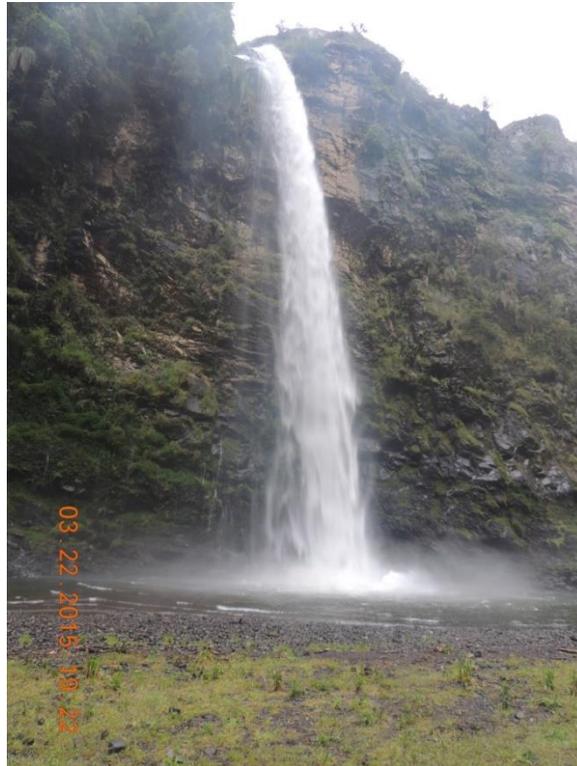


Foto tomada por: autor de tesis

### Anexo 2: Río Pita y la cascada Cóndor Machay

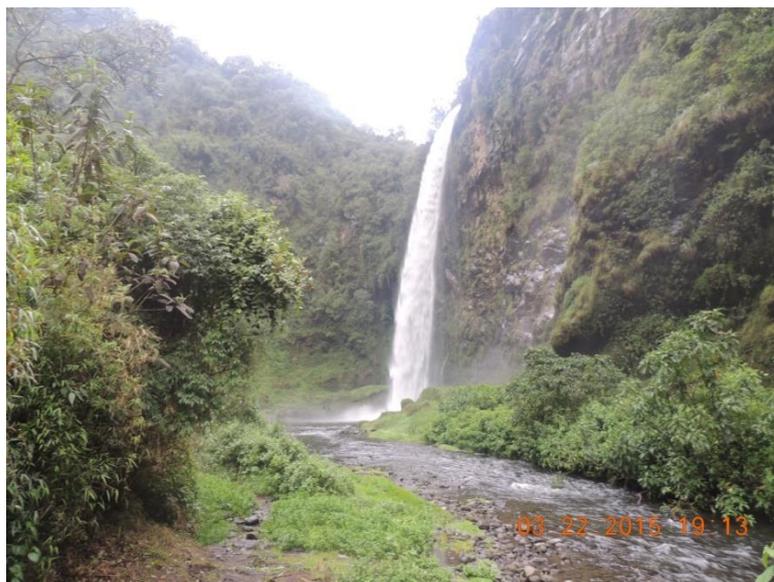


Foto tomada por: autor de tesis

**Anexo 3:** Pequeñas cascadas que se encuentran a lo largo de los senderos que conduce a la Cónдор Machay



Foto tomada por: autor de tesis

**Anexo 4:** Puentes de hormigón que se encuentra en los senderos



Foto tomada por: autor de tesis

**Anexo 5:** Carencia de control en prohibiciones como realizar pesca



Foto tomada por: autor de tesis

**Anexo 6:** Falta de infraestructura para hacer Barbiquiu



Foto tomada por: autor de tesis

## **Anexo 7: Cuestionario para Diagnóstico Situacional - Cascada Cóndor Machay**

**Objetivo:** Conocer el nivel de satisfacción de los visitantes que se dirigen a la cascada Cóndor Machay.

**Instrucciones:** Elija la respuesta que se ajuste a su forma de pensar. Para ello ponga una X en cada pregunta. Los datos que usted nos facilita son de uso estrictamente confidencial.

### **Datos informativos:**

**1. Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

**2. Edad:**

18 a 23 años ( ) 24 a 29 años ( ) 30 a 35 años ( ) 36 a 41 años ( )

42 a 47 años ( ) 48 a 53 años ( ) 54 a 59 años ( ) 60 a 65 años ( )

Más de 66 años ( )

**3. Lugar de residencia:**

Cantón Rumiñahui ( ) Quito ( ) Otra ciudad del país ( ) Extranjero ( )

### **Preguntas:**

**4. ¿Es la primera vez que usted visita la cascada Cóndor Machay?** Si su respuesta es SI, pase a la tercera pregunta por favor  
Si ( ) No ( ) **¿cuántas veces? .....**

**5. En comparación con visitas anteriores a este lugar, diría que la calidad y atención que recibió en esta oportunidad**  
Mejóro ( ) Se mantiene igual ( ) Empeoró ( )

**6. ¿Con quién ha venido a su visita?**  
Solo ( ) En pareja ( ) Con familia ( ) Con Amigos ( ) Con familia/amigos ( )  
Con un grupo turístico ( ) Con escuela/colegio/universidad ( )

**7. ¿Por qué razón visitó la cascada Cóndor Machay?**  
Por su naturaleza y paisaje ( ) Porque le han recomendado ( ) Por tomar fotos ( )  
Por aprovechar el tiempo libre ( ) Por compartir con amigos/familiares ( )  
Porque conocer un nuevo sitio turístico ( ) Por hacer ejercicio/salud ( ) Estudios ( )

**8. ¿Cómo se ha informado sobre la existencia de la cascada Cóndor Machay?**  
Internet ( ) Libros y guías de viaje ( ) Televisión ( ) Casualidad ( )  
Feria de turismo ( ) Agencias de viaje ( ) Familiares/amigos ( ) Profesores ( )  
Estudiantes de turismo ( )

**9. ¿Cuál es el medio de transporte que usó para llegar a la cascada Cóndor Machay?**  
Vehículo propio ( ) Bus particular ( ) Camioneta alquilada ( )

**10. ¿Ha escuchado alguna campaña publicitaria que promueva el turismo hacia la cascada Cóndor Machay?**  
No ( ) Si ( ) **¿cuál?.....**

**11. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en los siguientes aspectos del sitio turístico y sus alrededores?**

	<b>Nada satisfecho</b>	<b>Poco satisfecho</b>	<b>Medianamente satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Bastante satisfecho</b>
Vías de acceso					
Señalización para llegar al sitio					
Parqueadero					
Estado del sendero					
Limpieza del sendero					
Señalización en el sendero					
Baños					
Seguridad					
Personal está preparado para recibirles					
Condición climática					
Área de camping					

**12. ¿Cuál fue el aspecto que más le agradó durante su visita?**

La altura de la cascada ( ) La posibilidad de contemplar la naturaleza ( ) La caminata ( )  
 La energía que genera la cascada ( ) El realizar camping ( ) El agua de la cascada ( )  
 Flora ( ) Fauna ( )

**13. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el sitio?**

Cabalgata ( ) Observación de aves ( ) Fotografía ( ) BBQ ( ) Recorrido de flora ( )

**14. ¿Qué servicios sugeriría se incluyan en el sitio?**

Un guía turístico ( ) Infraestructura básica para bañarse ( ) Alquiler de carpas ( )  
 Venta de artesanías ( ) Centro de atención inmediata ( ) Música instrumental ( )  
 Alojamiento ( ) Un restaurante ( ) Una cafetería ( )

**15. ¿Piensa escribir comentarios o subir fotos de su experiencia de viaje en algunas redes sociales como Facebook, Twitter, tripadvisor?**

Si ( ) No ( )

**16. ¿Pagaría usted por entrar a la cascada Cóndor Machay?**

No ( ) Si ( ) ¿cuánto?.....

**17. ¿Recomendaría la cascada Cóndor Machay a otra persona?**

Si ( ) No ( )

**18. ¿Repetiría usted la visita?**

No ( ) Si ( )

**GRACIAS POR VUESTRA COOPERACIÓN**