

**Informe de resultados:
Producto turístico arqueológico
Catequilla 360°¹**

Msc. María de Lourdes Jarrín²

Andrés Jácome

Silvana Mayorga

Roberto Medina

Deysi Shuguli

Stephanie Zurita

mjarrin@udet.edu.ec

Universidad de Especialidades Turísticas

2018

¹ Informe de resultados recibido el 02 de octubre del 2018, aceptado tras revisión el 30 de noviembre del 2018. *Kalpana, Revista de investigación*, Nro. 16 – Año 2018. ISSN: 1390-5775

² Profesora Titular de la Carrera de Turismo en la Universidad de Especialidades Turísticas. Este trabajo es producto del desarrollo del Proyecto de diagnóstico de la parroquia de San Antonio de Pichincha como parte de las actividades de investigación del grupo de trabajo de la asignatura de Planificación Turística.

RESUMEN

El desarrollo de la parroquia de San Antonio de Pichicha se ha visto obstaculizado por la monopolización del mercado turístico y la escasa oferta de servicios turísticos de calidad, a pesar de su riqueza histórico-cultural. Con el transcurso del tiempo la Mitad del Mundo como todos la conocen se ha convertido en un lugar de paso y de poca permanencia tanto para turistas como para los lugareños.

La intencionalidad del presente trabajo es aprovechar todos los recursos existentes y convertir a la parroquia en un Destino Turístico que dinamice la economía de la misma, a través del sector Turístico y de todas las actividades ligadas a él.

PALABRAS CLAVE: Producto turístico, atractivos turísticos, proyecto, desarrollo, parroquia.

ABSTRACT

The development of the parish of San Antonio de Pichincha has been hampered by the monopolization of the tourist market and the little supply of quality tourist services, despite its historical-cultural richness. Over time, the Middle of the World, as everyone knows, has become a place of passage and little time for both tourists and locals.

The purpose of this work is to take advantage of all the existing resources and turn this parish into a Tourist Destination that stimulates its economy, through the tourism sector and all activities linked to it.

KEYWORDS: Tourist product, tourist attractions, project, development, parish.

Introducción

A nivel mundial el Turismo se ha convertido en uno de los actores principales para la generación de desarrollo y economía, es tan fuerte el impacto que éste tiene que, en países como Costa Rica constituye la primera fuente de ingresos de divisas al país.

En el Ecuador, el Turismo es el tercer ingreso no petrolero después del banano, plátano y el camarón, aportó con el 5,1% del PIB de la nación en el 2016. La potencialidad turística del territorio se debe a su ubicación geográfica, ya que existe gran variedad de pisos climáticos que convergen entre sí; la región interandina, la región litoral, la región amazónica y la región insular, dando como resultado el país con mayor biodiversidad por metro cuadrado del mundo.

Ecuador ha sido reconocido por varios organismos internacionales los cuales han otorgado más de 180 premios relacionados al Turismo en los últimos años. La ciudad de Quito fue reconocida como “Segundo Mejor Destino a Visitar” por Lonely Planet en 2016, además como “Destino Líder de Sudamérica” durante 5 años consecutivos 2013-2017 por World Travel Awards.

Quito en la actualidad posee el centro histórico mejor conservado del mundo; por lo que se convierte en una parada obligatoria para los viajeros que visitan Ecuador, ya que se encuentra en la Mitad del Mundo y es el punto de conexión con las islas Galápagos.

La Mitad del Mundo, como también es conocida la parroquia de San Antonio de Pichincha, año a año acoge a miles de turistas nacionales y extranjeros; sin embargo los lugareños, las Tour Operadoras y los visitantes hacen de ella un lugar de paso, a pesar de toda la riqueza histórico-cultural que esta parroquia posee. La intención de este documento es dar a conocer el potencial turístico y la influencia directa que tiene el sector público y privado para el desarrollo económico-social de la misma.

San Antonio de Pichincha

1. Información General

El nombre original de San Antonio de Pichincha fue Lulubamba que significa, llanura de frutas maduras, este nombre se lo conservó hasta 1901, fecha en que cambia a San Antonio de Pomasqui. Por petición de los pobladores y debido a que se convirtió en una parroquia civil es que adopta el nombre actual de San Antonio de Pichincha. La parroquialización de San Antonio de Pichincha lo decretó el presidente Eloy Alfaro en 1904.

Esta parroquia rural se encuentra a 13.5 kilómetros al norte de la ciudad de Quito, a 2.439 metros sobre el nivel del mar, su clima es semi-desértico, la temperatura promedio es de 16,2° C y la precipitación pluviométrica es de 446,10 milímetros cúbicos anuales.

Los límites de la parroquia son: al norte la parroquia San José de Minas, al sur las parroquias de Pomasqui y Calderón, al este la parroquia de Puéllaro y el cantón Pedro Moncayo y al oeste la parroquia de Calacalí, la superficie de la parroquia es de 114,76 kilómetros cuadrados y cuenta con una población de 32.357 habitantes según el censo del 2010.

Tabla 1. Población de San Antonio de Pichincha según el género.

PARROQUIA	SUPERFICIE (km2)	POBLACIÓN TOTAL	MASCULINO	FEMENINO
San Antonio de Pichincha	114,76	32.357	15.912	16.445

FUENTE: INEC, 2010.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

2. Manual de Atractivos Turísticos

El Ministerio de Turismo es el ente rector de las políticas y regulaciones del Turismo en el Ecuador; una de sus funciones es, elaborar el inventario de sitios de interés turístico y mantener actualizada la información. Para esto el MINTUR ha propuesto un manual de atractivos turísticos, en el cual se ha dividido la metodología en dos partes, la primera una guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, y la segunda una guía para el levantamiento de atractivos turísticos.

La guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos determina los lineamientos fundamentales para el levantamiento, procesamiento, análisis, clasificación y valoración de la información de cada atractivo. Esta guía registra las características naturales o culturales y evalúa la potencialidad de cada atractivo para respaldar la gestión del desarrollo de productos turísticos de una localidad específica, ya que aporta con datos consistentes de cada uno de ellos.

La guía incluye una ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, la cual consta de un conjunto de criterios para la evaluación de las condiciones presentes y determinar la jerarquía con los datos recopilados. Esta herramienta diagnostica nueve criterios fundamentales que indican el índice de competitividad turística de cada atractivo; estos criterios son:

Tabla 2. Ponderación de Criterios para Atractivos Naturales y Culturales.

No.	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
1	Accesibilidad y conectividad	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
2	Planta turística / complementarios	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o	18

		movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	
3	Estado de conservación e integración sitio / entorno	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
4	Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5	Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
6	Actividades que se practican en el atractivo	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
7	Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
8	Registro de visitantes y afluencia	Hace referencia al registro de visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
9	Recursos humanos	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
TOTAL			100

Fuente: MINTUR, 2018.

En la Tabla 2., se expone criterio por criterio, cuál es su objetivo y la ponderación que tendrá cada ítem en la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos. Cada uno de los criterios tiene que ser levantados mediante información primaria, secundaria e incluso con visitas in situ que corroboren los datos recopilados.

En el manual presentado por el MINTUR establece la jerarquía de cada atractivo de la siguiente manera:

Tabla 3. Jerarquización de Atractivos Turísticos.

RANGOS	JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
86 – 100	IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional.
61 – 85	III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
36 – 60	II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.

11 – 35	I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
0 – 10	RECURSO	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

FUENTE: MINTUR, 2018.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

En la Tabla 3., especifica el rango numérico en el cual se encuentra las jerarquías IV, III, II, I y el recurso. Con el resultado emitido por las fichas de jerarquización de atractivos turísticos se contrasta la Tabla 2 y 3, ya que el número obtenido de todos los criterios evaluados en cada ficha indica; la jerarquía, la competitividad turística que éste posee y su incidencia en el desarrollo de un producto turístico.

En la parroquia de San Antonio de Pichincha se utilizó la metodología antes mencionada siguiendo todo el proceso expuesto en la guía metodológica del MINTUR. Como punto de partida se identificó los atractivos registrados en la base de datos del GAD de San Antonio, también se tomó en cuenta los atractivos que están generando visitas; después se estableció su categoría, tipo y subtipo a la cual pertenece cada atractivo; misma que será descrita más adelante; y finalmente se levantó la información de fuentes primarias y secundarias.

3. Sistema Turístico

El Turismo casi desde sus inicios fue conceptualizado desde el punto de vista de la Teoría de Sistemas, ya que éste se interrelaciona con diferentes industrias y áreas económicas; sin embargo; es interdependiente en su ámbito de acción.

Raymundo Cuervo fue el primero en contrastar el Turismo con la Teoría de Sistemas en 1967, el define al turismo: *“El Turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos”*. Él aseguraba que el Turismo era un conjunto que estaba compuesto por subconjuntos y estos, a su vez estaban compuestos por más subconjuntos; esta propuesta para el análisis del Turismo mediante la Teoría de sistemas abrió las puertas para que muchos más estudiosos enfoquen el concepto del Turismo a esta Teoría.

Para Sergio Molina el Turismo está conformado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo en común; el sistema propuesto por este autor se lo considera como abierto, puesto que, establece relaciones entre los inputs y outputs (entradas y salidas) con el medio en el que se relaciona.

En esta investigación se ha tomado como referencia la teoría de Molina por su simplicidad de conceptos y su facilidad de entendimiento. El estudio sistémico según la visión de Molina consta de los subsistemas señalados en los ítems de debajo, los cuales se enfocan a la parroquia de San Antonio de Pichincha.

3.1 Superestructura

La parroquia de San Antonio de Pichincha se encuentra regulada por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), en la administración actual la gestión dura desde el 2014 – 2019. La estructura organizativa la ocupa; Alex Troya presidente, Edison Arias vicepresidente, Matilde Rengifo primer vocal, Jeanneth Arias segundo vocal y Ramiro Pérez tercer vocal.

En el sector privado la Corporación de Comercio y Turismo “Mitad del Mundo” es una organización socio-productiva sin fines de lucro que colabora de manera eficiente y eficaz con el comerciante y productor de San Antonio de Pichincha, ésta tiene incidencia en el desarrollo del Turismo de la zona, ya que integran a los emprendedores para que tengan alianzas estratégicas.

La parroquia cuenta con un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial publicado en 2015, en este documento se encuentra la situación actual y la planificación del GAD de San Antonio. Los proyectos enfocados al Turismo y su respectivo presupuesto según el PDOT de San Antonio 2015 se detallan a continuación en la Tabla 4.

Tabla 4. *Proyectos Turísticos de San Antonio de Pichincha.*

COMPONENTE	POLÍTICA PÚBLICA	PROYECTO	PRESUPUESTO
ECONÓMICO PRODUCTIVO	Incentivar el desarrollo económico y productivo de la parroquia, primordialmente el de la economía popular y solidaria y los sectores ligados al turismo, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.	Talleres de capacitación turismo.	\$ 14.000
		Talleres de calidad de servicio.	
		Formación Turística sostenible.	
		Promoción Turística.	
		Gestión de proyectos turísticos.	
		Capacitación en servicio al cliente y turismo.	
		Acciones recreativas y paseos turísticos con el adulto mayor.	
		Facilitar la creación de asociaciones de turismo comunitario.	

FUENTE: PDOT SAN ANTONIO, 2015.

ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

3.2 Infraestructura

La parroquia de San Antonio de Pichincha se encuentra ubicada a 40 kilómetros de distancia del Aeropuerto Internacional Mariscal Antonio José de Sucre, las vías de

acceso son avenidas de primer orden que en su mayoría se encuentran en buen estado, las cuales se presentan en la Tabla 5.

Tabla 5. Tipo de vías, longitud y estado.

VÍA	TIPO DE VÍA	LONGITUD (km)	ANCHO (m)	ALCANTARILLADO	CAPA DE RODADURA	ESTADO
Avenida Manuel Córdova Galarza	Principal	6.8	18.5	SI	Asfalto	Bueno
Avenida Simón Bolívar	Principal	13	28	SI	Asfalto	Bueno
Acceso puente Los Pájaros	Principal	0,19	23.60	SI	Asfalto	Bueno
Acceso al barrio Las Alcantarillas	Colectora	1	7	SI	Asfalto	Regular
Acceso al barrio Carcelén	Secundaria	1	7	NO	Tierra	Malo
Vía a Puéllaro	Secundaria	19.5	6.5	NO	Tierra	Malo
Acceso a Caspigasi	Colectora	2.1	6.5	NO	Tierra	Malo
Acceso al barrio San Cayetano	Colectora	3	8.5	SI	Asfalto	Bueno
Acceso al barrio San Luis	Secundaria	1.5	6	SI	Tierra	Malo
Vía piscina – la Pampa – Catequilla	Secundaria	1.8	9	SI	Tierra	Malo
Acceso al barrio Nuestra Señora del Pilar	Secundaria	1	9	SI	Tierra	Malo
Acceso al barrio Señor del Árbol	Colectora	0,45	8,40	SI	Adoquinado	Bueno
Acceso al barrio Tanlahua	Secundaria	8.54	10	NO	Lastrada	Malo
Acceso al barrio Rumicucho	Secundaria	2	8.5	SI	Asfalto	Bueno
Lulumbamba	Secundaria	2.43	6.5	SI	Adoquinado 50% Tierra 50%	Bueno Malo
La Antonia – La Cantera	Secundaria	2.46	8.5	SI	Lastrado	Regular
13 de junio	Colectora	2.25	8.5	SI	Asfalto	Malo
Avenida Equinoccial	Colectora	0.92	21.3	SI	Asfalto	Bueno
Avenida Equinoccial – La Piscina	Colectora	1.16	8.5	SI	Asfalto	Regular

FUENTE: PDOT SAN ANTONIO, 2015.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

El acceso a los servicios básicos como; cobertura de agua potable, servicio de alcantarillado, energía eléctrica y eliminación de basura por carro recolector cubre más del 70% de la población que reside en la parroquia, esto se describe en la Tabla 6.

Tabla 6. Acceso a los servicios básicos.

Indicador	Conexión de agua por tubería dentro de la vivienda	Cobertura de agua por red pública	Servicio higiénico conectado a red pública de alcantarillado	Cobertura de energía eléctrica, red de servicio público	Eliminación de basura por carro recolector	Total de viviendas con acceso a servicios básicos	Total de viviendas
#	6.913	8.370	7.309	8.767	8.199	7.047	8.857
%	78,05	94,50	82,52	98,98	92,57	79,56	100

FUENTE: INEC, 2010.

ELABORACIÓN: GAD San Antonio / Equipo consultor NEO-PLAN.

En cuanto al acceso a las comunicaciones y conectividad según el censo poblacional del INEC 2010 presenta que la parroquia se encuentra con un gran porcentaje de servicio de telefonía fija y móvil; sin embargo, la conectividad de internet es deficiente para el año del censo. Esto se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7. Telefonía fija, móvil e internet.

SERVICIO	VIVIENDAS CON ACCESO AL SERVICIO	VIVIENDAS SIN ACCESO AL SERVICIO	TOTAL VIVIENDAS
Telefonía fija	4.781	4.144	8.925
Telefonía móvil	7.904	1.021	8.925
Internet	1.707	7.218	8.925

FUENTE: PDOT SAN ANTONIO, 2015.

ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

Las actividades ligadas al Turismo dinamizan a la economía de los países, en el Ecuador corresponde al tercer ingreso no petrolero. Esta actividad es de vital importancia para el desarrollo de las comunidades, actualmente la parroquia de San Antonio cuenta con infraestructura; Hotelera, Gastronómica, Transporte Turístico y Agencias de Viajes. La Tabla 8., contabiliza el número de establecimientos asociados al Turismo registrados en el PDOT y en la Administración Zonal de la Delicia.

Tabla 8. Catastro de Establecimientos de Turismo.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL PERSONAS TRABAJANDO
TRANSPORTE TURÍSTICO	1	4	2	6

RECREACIÓN Y DIVERSIÓN	2	9	10	19
ALIMENTOS Y BEBIDAS	56	95	131	226
AGENCIAS DE VIAJES	3	2	3	5
ALOJAMIENTO	8	9	13	22

FUENTE: PDOT SAN ANTONIO, 2015; ADMINISTRACIÓN ZONAL LA DELICIA, 2018.

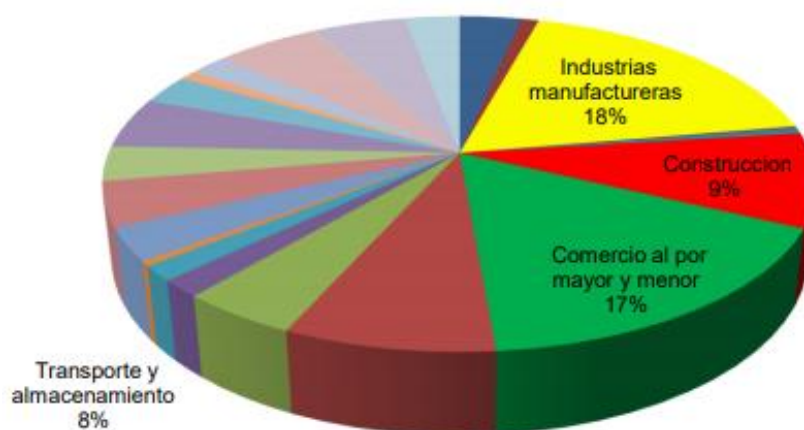
ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

3.3 Comunidad Receptora

La comunidad de San Antonio de Pichincha recibe a una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros año a año, esto comenzó desde la creación e inauguración de la Ciudad Mitad del Mundo (espacio construido en honor a la primera Misión Geodésica Francesa), en 1992. Lo que si bien es cierto ha generado desarrollo para la población, con el pasar de los años ha ido monopolizando la economía de la parroquia.

Actualmente la población apuesta al Turismo como se evidencia en la Tabla 8, hay más de un centenar de personas trabajando en establecimientos de servicios turísticos; sin embargo, se podría decir que ésta no es la principal actividad económica de la población ya que como se muestra en el Gráfico 1, las actividades de comercio ocupan el segundo lugar de puestos de trabajo de la población económicamente activa (PEA) con el 17%.

Gráfico 1. Composición de la PEA por rama de actividad.



FUENTE: INEC Censo de Población y Vivienda, 2010

ELABORACIÓN: GAD San Antonio / Equipo consultor NEO-PLAN, 2015.

La población ha recibido turistas por más de 20 años, a pesar de esto no están capacitados para atender al turista extranjero. Esta problemática no solo es de la parroquia de San Antonio, sino de todo el país, ya que el idioma inglés no es uno de los pilares fundamentales en el sector educativo.

3.4 Atractivos Turísticos

San Antonio de Pichincha cuenta con atractivos culturales casi en el 100%, según el inventario de atractivos turísticos del MINTUR del 2014 estaban contabilizados 12 atractivos turísticos culturales y en el pilotaje de atractivos turísticos del 2016 realizado por la misma entidad se contabilizó 7 atractivos turísticos culturales.

Para corroborar que la información expuesta por el ente rector del Turismo en el Ecuador, se aplicó la metodología antes manifestada, se realizaron visitas in situ y se evidenció que, por ejemplo el Vivero de San Antonio y las Casas Haciendas Tanlahua y Rumicucho contempladas como atractivos turísticos en el 2014, se encuentran en condiciones de deterioro e inaccesibles para los turistas.

Algunos atractivos que están dentro de la Ciudad Mitad del Mundo como el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo y el Pabellón España fueron modificados al interior e incluso tomaron otros nombres, Monumento Ecuatorial y Pabellón Chiquitus respectivamente.

En la Tabla 9, se detallan 18 atractivos turísticos levantados por el equipo que desarrolló este trabajo investigativo. El 100% de atractivos turísticos que posee la parroquia son manifestaciones culturales, de los cuales más del 80% son de jerarquía II. Todo este conjunto de factores indican que se cuenta con los recursos necesarios para la creación de un producto turístico en la parroquia de San Antonio de Pichincha.

Tabla 9. *Atractivos Turísticos de San Antonio de Pichincha.*

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	ADMINISTRACIÓN			CÓDIGO DEL ATRACTIVO
					PÚBLICO	PRIVADO	COMUNITARIO	
Ciudad Mitad del Mundo	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica / Vernácula	III	X			170180MC010103001
Museo Intiñan	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	III		X		170180MC010203009
Quito Colonial	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	X			170180MC010202002
Monumento Ecuatorial	Manifestación cultural	Arquitectura	Monumentos	II	X			170180MC010702003
Museo de la Cerveza Artesanal	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	X			170180MC010202004

Museo de las Vírgenes	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	X			170180MC010202005
Capilla del Señor del Árbol	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica / Vernácula	II	X			170180MC010102006
Catequilla	Manifestación cultural	Arquitectura	Área Arqueológica	II		X		170180MC010602007
Iglesia de San Antonio de Pichincha	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica / Vernácula	II	X			170180MC010102008
Parque Central de San Antonio	Manifestación cultural	Arquitectura	Espacio Público	II	X			170180MC010802010
Pucará de Rumicucho	Manifestación cultural	Arquitectura	Área Arqueológica	II			X	170180MC010602011
Estación del Tren	Manifestación cultural	Arquitectura	Otras Infraestructuras Sociales	II	X			170180MC010402012
Plaza del Cacao	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	X			170180MC010202013
Museo Ecuador	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II		X		170180MC010202014
Planetario	Manifestación cultural	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centros Astronómicos	II	X			170180MC030202015
Pabellón Chiquitus	Manifestación cultural	Arquitectura	Otras infraestructuras Sociales	II	X			170180MC010402016
Pabellón Francia	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	X			170180MC010202017
Viviendas Ancestrales	Manifestación cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	II	X			170180MC010202018

FUENTE: MINTUR, 2016.

ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

El atractivo central de la parroquia San Antonio de Pichincha es la Ciudad Mitad del Mundo debido a que cuenta con varios de los aspectos ponderados en las fichas de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR, tales son: accesibilidad y conectividad; planta turística; estado de conservación e integración; higiene y seguridad turística; políticas y regulaciones; actividades que se practican en el atractivo; difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo; registro de visitantes y afluencia; y recursos humanos.

Los atractivos complementarios de la parroquia son los que se encuentran fuera de la Ciudad Mitad del Mundo, siendo: el Catequilla, museo Intiñan, capilla del Señor del Árbol, iglesia de San Antonio de Pichincha, Parque Central de San Antonio y Pucará de Rumicucho. Para el desarrollo del producto turístico en la parroquia se utilizarán todos estos atractivos mencionados anteriormente, generando e impulsando la distribución de divisas dentro de la misma.

Metodología

La metodología y las técnicas de investigación son los medios o procedimientos que se aplicaran para obtener datos precisos, que puedan ser verificados y enmarcados en la realidad. En este trabajo se utilizó la metodología para el levantamiento y jerarquización de atractivos del MINTUR para analizar si la parroquia cuenta con los recursos necesarios para crear el producto turístico arqueológico, a través de las fichas de inventario y jerarquización de atractivos.

Los métodos y las técnicas de investigación son las herramientas o medios que se usan para obtener datos precisos y de primera fuente al recopilar la información, en este caso será comprobar si es factible realizar el proyecto Arqueológico Catequilla 360°; para lo cual la información será analizada, estudiada, verificada, y comprobada.

Método Inductivo. - es una manera de argumentar; para la cual se hace un análisis lógico a partir del problema del proyecto, su objetivo radica en llegar a una conclusión, partiendo de hechos particulares y culminando en hechos generales. Al emplear este método, se puede observar e identificar los principales problemas del mercado y las necesidades que éste tiene.

Con respecto a las técnicas de acopio de la información se realizarán encuestas con el objetivo de determinar el mercado meta y cuáles son los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Este trabajo de investigación utilizó el método inductivo con enfoque cualitativo que considera las necesidades del mercado, los recursos con los que se cuenta y el mercado objetivo.

4. Estudio de Mercado

El estudio de mercado analiza los componentes que integran el mercado como; la oferta, demanda y todo lo referente al Mix de Marketing; precio, producto, plaza y promoción.

El equipo investigativo se ha centrado en verificar cómo se encuentra el mercado de la parroquia de San Antonio de Pichincha, analizando la demanda, la oferta y cuál es la forma de promocionar a la misma.

4.1 Oferta

La oferta en cuanto a productos turísticos que la parroquia posee es básicamente un principal, la mundialmente conocida como Ciudad Mitad del Mundo. Este producto turístico es administrado por la prefectura de Pichincha, posee varios atractivos, cuenta con planta turística propia, infraestructura y una demanda constante de visitantes.

Ha tenido tanta acogida que en la actualidad monopoliza el mercado turístico de la parroquia y por lo tanto no hay movimiento de divisas alrededor de ella. Este se convierte en la competencia directa del Producto Turístico que se propone.

En cuanto a servicios turísticos la oferta es muy amplia, el sector de alimentos y bebidas es uno de los más fuertes en la parroquia con 52 establecimientos, entre restaurantes, fuentes de soda y cafeterías registrados en la Administración Zonal de La Delicia. En la Tabla 10 indica la oferta de servicios de alimentos y bebidas.

Tabla 10. *Establecimientos de Alimentos y Bebidas.*

CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	MESAS	PLAZAS
RESTAURANTE	LUJO	1	24	96
	PRIMERA	1	22	88
	SEGUNDA	7	139	558
	TERCERA	17	281	1.124
	CUARTA	16	133	532
FUENTES DE SODA	PRIMERA	1	5	20
	SEGUNDA	3	11	44
	TERCERA	5	15	60
CAFETERÍAS	TERCERA	1	12	48
TOTAL		52	642	2.570

FUENTE: Administración Zonal La Delicia, Catastro 2018.

ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

En cuanto a los servicios de alojamiento la parroquia cuenta con hosterías y hostales de tres, dos y una estrella. En capacidad de alojar a 208 personas, según se lo presenta en la Tabla 11.

Tabla 11. *Establecimientos de Alojamiento.*

CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	PLAZAS
HOSTERÍA	3 ESTRELLAS	2	25	59
HOSTAL	2 ESTRELLAS	1	11	33

	1 ESTRELLA	5	54	116
TOTAL		8	90	208

FUENTE: Administración Zonal La Delicia, Catastro 2018.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

La organización, comercialización y operación de paquetes turísticos se encargan las 3 operadoras de turismo con las que cuenta la parroquia, según la Tabla 12, además de las operadoras de turismo localizadas en Quito, las cuales incorporan en sus recorridos por la ciudad la visita a la ciudad Mitad del Mundo.

Tabla 12. *Establecimientos de Agenciamiento.*

CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	TALENTO HUMANO
AGENCIAS DE VIAJES	OPERADORA	3	5
TOTAL		3	5

FUENTE: Administración Zonal La Delicia, Catastro 2018.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

4.2 Demanda

En el presente estudio se busca conocer si tiene aceptación el Producto Turístico Arqueológico Catequilla 360°. Para estudiar la demanda se realizaron encuestas en el objetivo de conocer el perfil de los turistas que visitan San Antonio de Pichincha, el nivel de gasto, la motivación de viaje, el número de acompañantes, los medios con los que se informaron de la parroquia e incluso si tiene aceptación el proyecto.

4.2.1 Muestra

Las encuestas se aplicaron en dos lugares del Distrito Metropolitano de Quito, para el cálculo de la muestra se tomó la información de las parroquias más visitadas alrededor del DM de Quito publicado por Quito Turismo,³ según este documento las visitas a la Mitad del Mundo en el 2017.

Con esta información se determinó el tamaño de la muestra para conocer si el proyecto tiene aceptación por parte de los turistas, dando como resultado que se deben aplicar 210 encuestas.

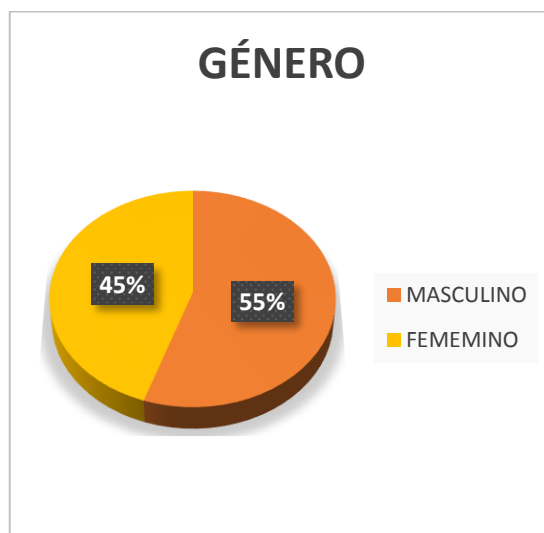
Se determinó dos sectores estratégicos para realizar las encuestas y se dividió 105 encuestas en el atractivo que más concurrencia de personas tiene en la parroquia, la Ciudad Mitad del Mundo (Anexo 1) y las otras 105 en las hostales de categoría I y II del sector de la Mariscal (Anexo 2), entre la Av. Cristóbal Colón al norte, al este la Av. 6 de diciembre, al sur la Av. Gral. Ignacio de Veintimilla y al oeste la Av. Amazonas.

³ QUITO TURISMO. (2016) QUITO EN CIFRAS. <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

4.2.2 Tabulación e Interpretación de Encuestas

Las tabulaciones se realizaron a partir de los dos tipos de encuestas que se realizaron, con la información necesaria para el desarrollo del producto turístico en mención.

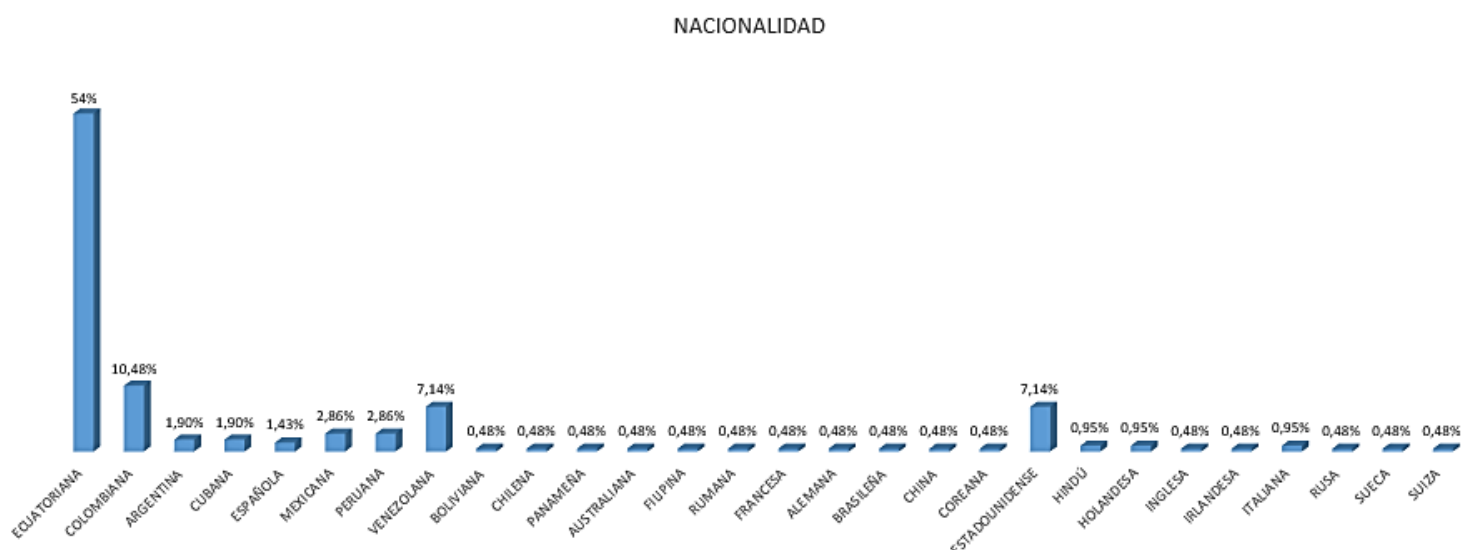
Gráfico 2. Género.



FUENTE: Encuestas realizadas en San Antonio y sector La Mariscal.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

El Gráfico 2, muestra que el 45% de encuestados son mujeres y el otro 55% son hombres.

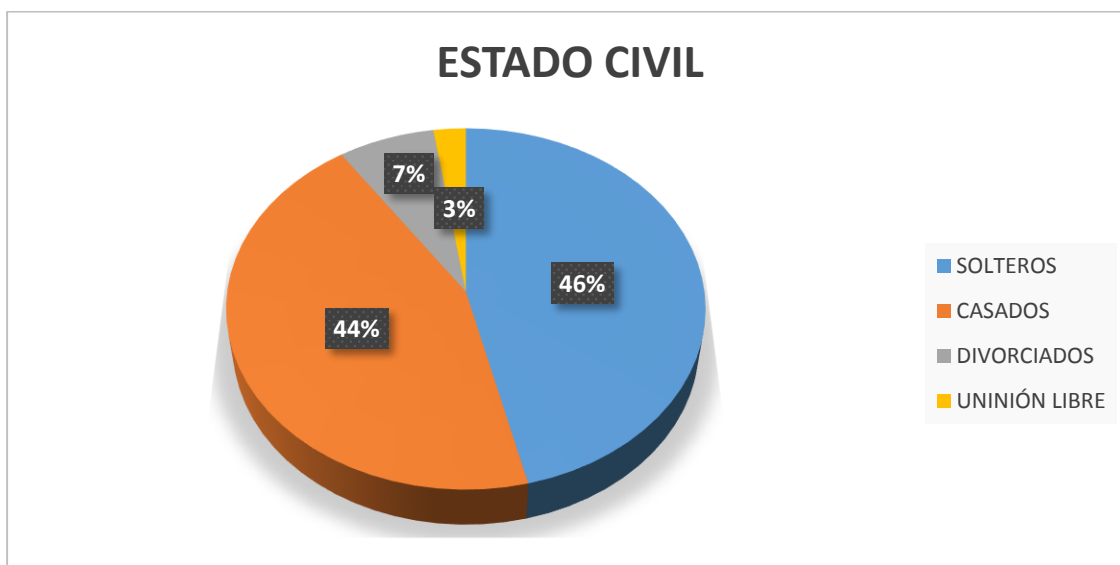
Gráfico 3. Nacionalidad.



FUENTE: Encuestas realizadas en San Antonio y sector La Mariscal.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

En el Gráfico 3, expone el lugar de nacimiento de las personas que visitan la Mitad del Mundo. El 54% de los encuestados son ecuatorianos, seguidos del 10,48% de colombianos y el 7,14% de venezolanos.

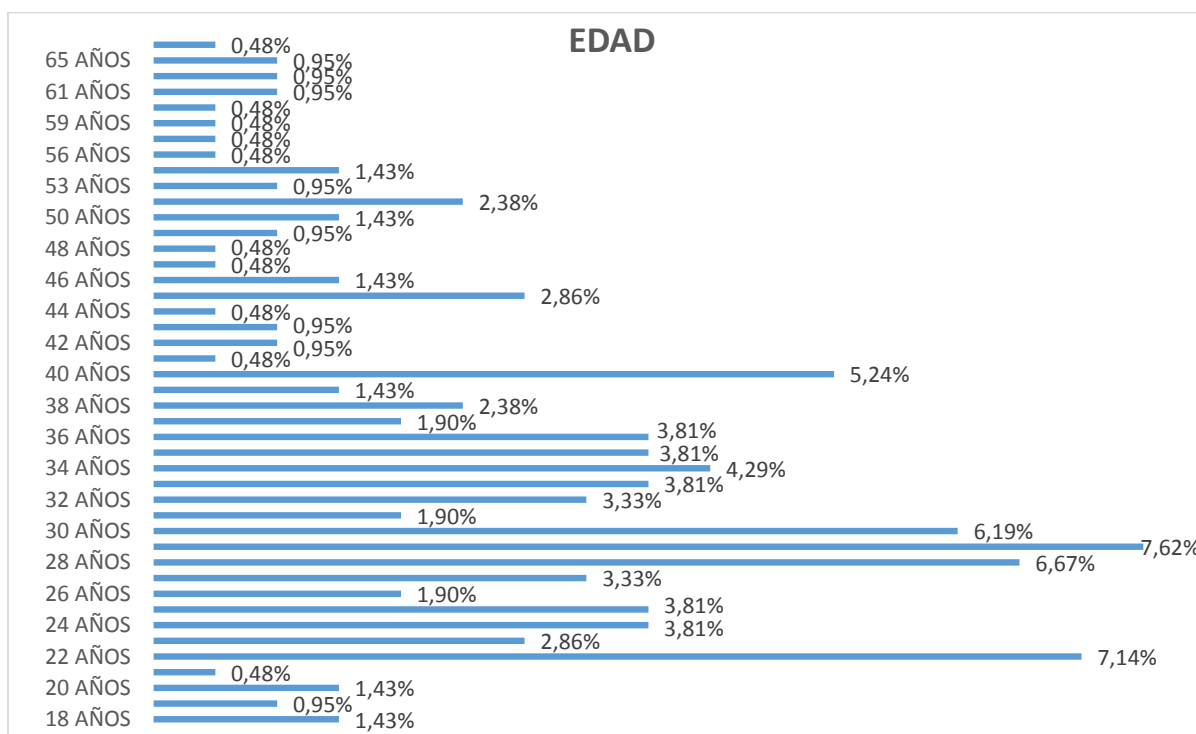
Gráfico 4. Estado civil.



FUENTE: Encuestas realizadas en San Antonio y sector La Mariscal.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

En el Gráfico 4, se puede observar el 46% de los visitantes es soltero, el 44% está casado, el 7% está divorciado y el 3% permanece en unión libre.

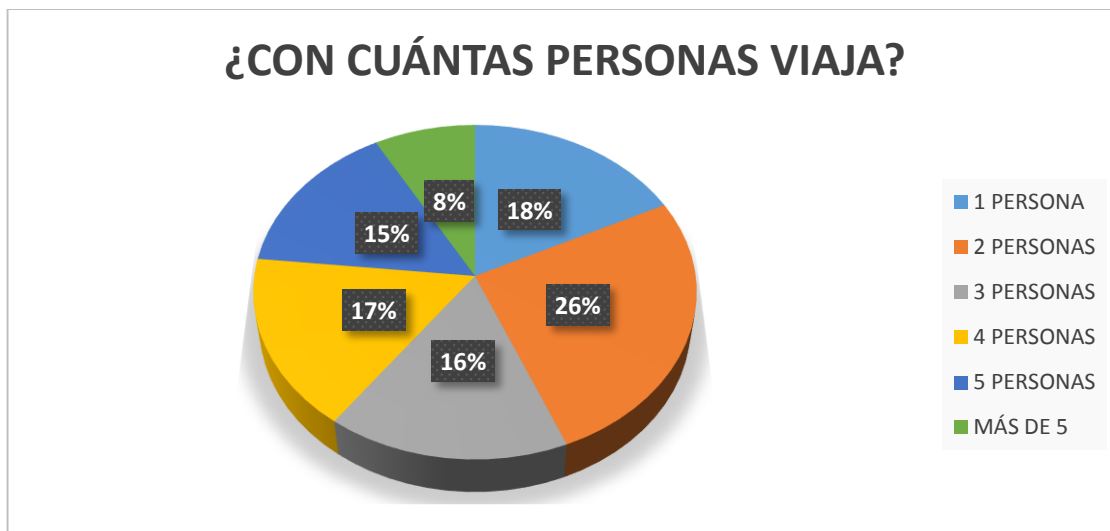
Gráfico 5. Edad.



FUENTE: Encuestas realizadas en San Antonio y sector La Mariscal.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

En el Gráfico 5, se evidencia el rango de edad de los encuestados dando como resultado que el 7,62% está en los 30 años, seguido del 7,14% con 22 años y el 6,67% con 28 años. El rango de edad es desde los 22 a los 40 años según el gráfico.

Gráfico 6. Número de acompañantes.



FUENTE: Encuestas realizadas en San Antonio y sector La Mariscal.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

El Gráfico 6 demuestra el número de personas con las que viajan los encuestados, el 26% viaja con dos personas, seguido por el 18% con una persona y el 17% con cuatro personas.

Gráfico 7. Motivación de viaje.



FUENTE: Encuestas realizadas en San Antonio y sector La Mariscal.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

El Gráfico 7, indica que la mayor motivación de viaje de las personas que llegan a la Mitad del Mundo es la recreación con el 21,86%, seguido por historia con el 15,97% y cultura con el 15,02%.

Gráfico 8. *Producto Turístico Arqueológico.*



FUENTE: Encuestas realizadas en San Antonio y sector La Mariscal.
ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

En el Gráfico 8 se evidencia el interés y acogida que tendría el Producto Turístico Arqueológico Catequilla 360°. El 94% de los encuestados responde que sí le interesaría conocer el sitio arqueológico contra solo el 6% que no le interesaría conocer el sitio en cuestión.

Las encuestas arrojaron información importante del comportamiento del turista, por ejemplo; el 89% de visitantes realizan sus viajes sin intermediación de Tour Operadores, más del 50% gasta entre \$1 a \$60 dólares americanos durante sus visita, el 64% de los visitantes tienen una instrucción universitaria y que a pesar de que el 43,8% de encuestados en el sector de la Mariscal su estancia sea de más de 5 días en Quito, en las encuestas realizadas en la parroquia el 88,6% de los visitantes permanecen menos de un día en la Mitad del Mundo.

4.2.3 Perfil del Turista

El resultado del cruce de información de las encuestas da como resultado el perfil del turista para el producto turístico arqueológico que será expuesto a continuación.

CARACTERISTICAS

- El rango de edad va desde los 22 a los 40 años.
- La mayor parte de ellos son ecuatorianos, seguidos de colombianos y venezolanos.
- El idioma por ende es el español.
- Viajan solteros, hasta con dos personas.
- Su motivación de viaje es la recreación.

4.3 Producto

La información recopilada por fuentes primarias y secundarias con la que se cuenta da un panorama global de toda la situación actual de la parroquia San Antonio de Pichincha. Al analizar las potencialidades turísticas de la parroquia dio como resultado que el producto turístico a realizar debe ser cultural, debido a que el 100% de atractivos son manifestaciones culturales.

La importancia histórico-cultural del cerro Catequilla, la belleza paisajística que éste posee y además de ser el único sitio arqueológico en la latitud 0°0'0" alrededor del mundo han sido los factores fundamentales para que se determine como el punto central de todo el producto turístico que tendrá carácter arqueológico, histórico y recreativo.

4.4 Precio

Los precios que se manejan en cuanto a Turismo son relativamente económicos, ya que como se puede ver en las tablas 10, 11 y 12 la competencia entre los prestadores de servicios es alta.

Para el establecimiento de precios es necesario tomar en cuenta los diferentes factores del mercado que han sido expuestos anteriormente, ya que el rango de gasto de los visitantes es de \$1 a \$60 dólares americanos.

4.5 Plaza

La parroquia de San Antonio se encuentra ubicada al noroccidente de Quito, es la puerta de entrada al Chochó Andino, una zona privilegiada a la que se puede acceder por vías de primer orden. Este es el punto de conexión entre las parroquias de Pomasqui y Calacalí.

4.6 Promoción

El GAD de San Antonio de Pichincha maneja todo lo que se refiere a promoción y publicidad, actualmente administran dos cuentas en las redes sociales Facebook y Twitter con una frecuencia de publicación diaria. Además que han invertido en reestructurar la imagen del GAD y de la parroquia en general.

La imagen de marca, el logotipo y slogan que han sido establecidos por la administración actual ha generado impacto y presencia ante las demás parroquias.

Imagen 1. Logotipo del GAD de San Antonio.



FUENTE: GAD SAN ANTONIO DE PICHINCHA.

5. PRODUCTO TURÍSTICO ARQUEOLÓGICO CATEQUILLA 360°

El Producto Turístico Arqueológico Catequilla 360° nace a partir del levantamiento de atractivos turísticos in situ de la parroquia San Antonio, la competitividad que tiene este atractivo turístico ha sido el factor clave para la propuesta de este producto.

El Catequilla como atractivo tiene jerarquía II, que según el Manual de Atractivos Turísticos del MINTUR posee rasgos de condiciones básicas para la creación de productos turísticos que interesan a visitantes que llegan a la zona por alguna otra motivación turística.

Tabla 13. Código de la Ficha del Catequilla.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	7	0	1	8	0	M	C	0	1	0	6	0	2	0	0	7
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		

FUENTE: MINTUR, 2018.
 ELABORACIÓN: Shuguli D., 2018.

5.1 Propuesta Base

El producto turístico Catequilla 360° se centra en el atractivo principal de la Ciudad Mitad del Mundo que tiene jerarquía III y los atractivos de apoyo Catequilla, Parque Central de Lulubamba, Capilla del Señor del Árbol, Iglesia de San Antonio y Pucará de Rumicucho todos estos antes mencionados con jerarquía II.

Los establecimientos aliados para el producto turístico son 11, entre los cuales están empresas de alojamiento, alimentos y bebidas y operadoras de Turismo. En la Tabla 14 se menciona la categoría de cada uno de los aliados estratégicos.

Tabla 14. Establecimientos interesados.

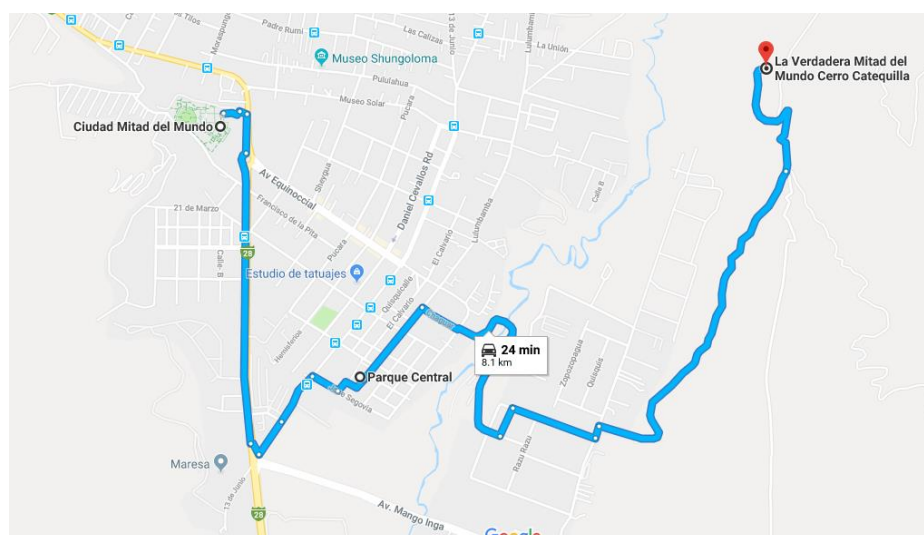
CLASIFICACIÓN	ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA
RESTAURANTE	MERIDIAN INTERNACIONAL GOURMET	TERCERA
RESTAURANTE	JAYAC'S	SEGUNDA
RESTAURANTE	RESTAURANTE BOLIVAR	TERCERA
RESTAURANTE	VICENTE'S	TERCERA
RESTAURANTE	YARAVI	SEGUNDA
RESTAURANTE	EL CABUYO	SEGUNDA
RESTAURANTE	LA FOGATA 100 X CIENTO MANABITA	TERCERA
OPERADORA DE TURISMO	CALIMA TOURS	OPERADORA
HOSTAL	INTI RAYMI	1 ESTRELLA
HOSTAL	JUAN MARIA	1 ESTRELLA
HOSTAL	MITAD DEL MUNDO	1 ESTRELLA

FUENTE: Administración Zonal La Delicia, Catastro 2018.
 ELABORACIÓN: Medina R., 2018.

Las rutas propuestas para ese producto turístico son tres:

- Ciudad Mitad del Mundo – Parque Central de Lulubamba – Catequilla.

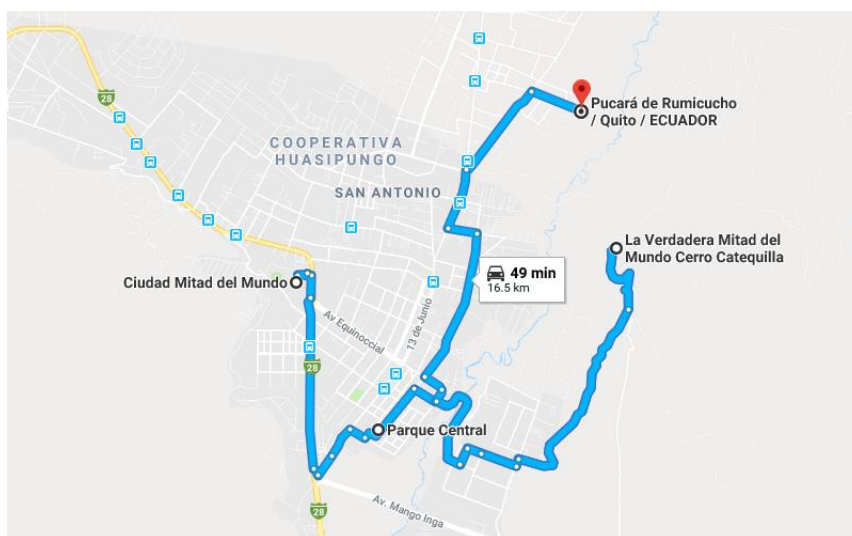
Imagen 2. Ruta 1.



FUENTE: Google Maps, 2018.
 ELABORACIÓN: Roberto Medina

- Ciudad Mitad del Mundo – Parque Central – Catequilla – Rumicucho.

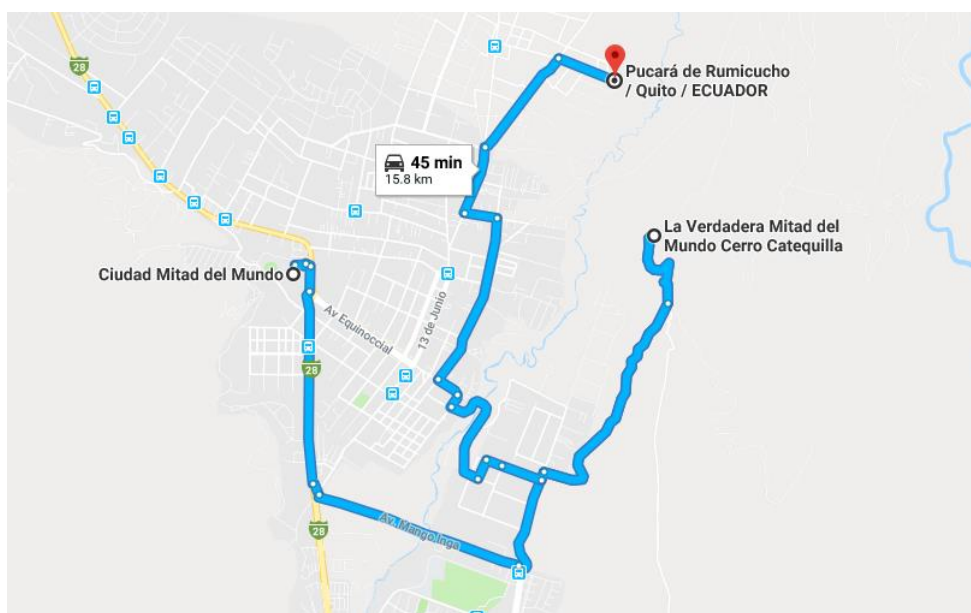
Imagen 3. Ruta 2.



FUENTE: Google Maps, 2018.
ELABORACIÓN: Medina R., 2018

- Ciudad Mitad del Mundo – Catequilla – Rumicucho.

Imagen 4. Ruta 3.



FUENTE: Google Maps, 2018.
ELABORACIÓN: Medina R., 2018

5.2 Actividades Propuestas

Las actividades para reactivar la economía y las visitas turísticas en el Catequilla y el Parque Central de Lulubamba se propone los siguientes emprendimientos detallados en la Tabla 15, 16 y 17.

Tabla 15. Actividades para el Catequilla.

CATEQUILLA					
ACTIVIDADES	RECURSOS	CANTIDAD	UNIDAD	PRESUPUESTO	ACTOR RESPONSABLE
HORSE BACK TIEMPO DE OPERACIÓN 3 HORAS	CABALLO, MULA	6	CABALLOS	6000	EMPRENDEDOR
	BARRERAS DE CONTENCIÓN 3,000 (metros de madera)	3000	METROS	13000	GAD
	SEÑALÉTICA	5	Letreros	1000	GAD
	MONTURAS	6	CABALLOS	1200	EMPRENDEDOR
	CASCOS	6	CASCOS	1800	EMPRENDEDOR
	PARES DE RODILLERAS	6	RODILLERAS	120	EMPRENDEDOR
	PARES DE CODERAS	6	CODERAS	150	EMPRENDEDOR
	ESTABLO DE MADERA PARA CABALLOS	1		3000	EMPRENDEDOR
	BATERÍAS SANITARIAS	2		600	GAD
	ADECUACIÓN DEL SENDERO PARA CABALLOS			2000	GAD
	ADECUACIÓN DEL SENDERO INTERNO PARA PERSONAS			2000	GAD
LIMPIEZA / REMOCIÓN DE ESCOMBROS			5000	GAD	
TOTAL				\$ 35.870	
OBSERVACIÓN 360	VISORES	4	VISORES	1600	EMPRENDEDOR
	ESTRUCTURAS DE BASE			1000	EMPRENDEDOR
OBSERVACIÓN DE ASTROS	TELESCOPIO MOTORIZADO	1		11159	EMPRENDEDOR
	MAPA ASTROLÓGICO INTERACTIVO	1		200	EMPRENDEDOR
	BASE DE MADERA			135	EMPRENDEDOR
	PANEL SOLAR	1	ALEMAN	500	EMPRENDEDOR
TOTAL				\$ 14.594	

ELABORACIÓN: Equipo investigativo, 2018.

Tabla 16. Actividades para el Parque Central.

PARQUE CENTRAL					
ACTIVIDADES	RECURSOS	CANTIDAD	UNIDAD	PRESUPUESTO	ACTOR RESPONSABLE
DULCES TÍPICOS ECUATORIANOS Y ARTESANÍAS	INFRAESTRUCTURA CHACANA	8	LOCALES	20000	GAD
	MESAS	16	MESAS	1600	EMPRENDEDOR
	PERMISOS MUNICIPALES	5	PATENTES COMERCIALES	100	GAD
	ILUMINACIÓN	5	led 16000 Philips	300	EMPRENDEDOR
	BAÑOS PORTATILES	4	10m2	2000	GAD
	BASUREROS	3	EMOP	1200	GAD
TOTAL				\$ 25.200	
DANZAS INTERPRETATIVAS	GRUPO DE DANZA DE LA COMUNIDAD				
	TRAJES	9	TRAJES	450	EMPRENDEDOR
	CAJAS ANPLIFICADAS	3	PARLANTES 1600 WS	1500	EMPRENDEDOR

COCHES DE MADERA	BOLETERIA	1	BOLETERIA	500	GAD
	COCHES	10	COCHES	4000	EMPRENDEDOR
TOTAL				\$ 6.450	

ELABORACIÓN: Equipo investigativo, 2018.

Tabla 17. Actividades para Establecimientos de Alimentos y Bebidas.

ALIMENTOS Y BEBIDAS					
ACTIVIDADES	RECURSOS	CANTIDAD	UNIDAD	PRESUPUESTO	ACTOR RESPONSABLE
HUERTO VERTICAL	BOTELLAS DE PLÁSTICO	25	UNIDAD	1,25	EMPRENDEDOR
	BARRAS DE SILICONA	12	UNIDAD	1,1	EMPRENDEDOR
	CLAVOS DE CEMENTO 2 PULG	10	CIENTO	0,152	EMPRENDEDOR
	TIERRA	7,5	KL	15	EMPRENDEDOR
	ABONO ORGÁNICO PLUS	6	KL	1,125	EMPRENDEDOR
	SEMILLAS CILANTRO	1	PAQUETE X 20G	0,7	EMPRENDEDOR
	SEMILLAS LECHUGA	1	PAQUETE X 20G	0,95	EMPRENDEDOR
	SEMILLAS COL	1	PAQUETE X 20G	1,2	EMPRENDEDOR
	SEMILLAS RABANO	1	PAQUETE X 20G	1,2	EMPRENDEDOR
	SEMILLAS FRUTILLA	1	PAQUETE X 20G	1,35	EMPRENDEDOR
	ESTILETE	1	UNIDAD	0,85	EMPRENDEDOR
MANUFACTURUA	LUZ	1	KWH X H	0,04	EMPRENDEDOR
TOTAL				\$ 24,92	
MANTENIMIENTO CADA 10 DÍAS	ABONO ORGÁNICO PLUS	2	kl	0,38	EMPRENDEDOR
RIEGO CADA DOS DÍAS	AGUA	5	m ³	2,4	EMPRENDEDOR
TOTAL				\$ 2,78	

ELABORACIÓN: Equipo investigativo, 2018.

La inversión que debe ser hecha por los emprendedores de la parroquia de San Antonio de Pichincha al igual que el GAD. El presupuesto estimado se presenta en la Tabla 18.

Tabla 18. Presupuesto estimado de actividades.

SECTOR	ACTOR RESPONSABLE	PRESUPUESTO
PÚBLICO	GAD San Antonio de Pichincha	\$ 47.400
PRIVADO	Emprendedores	\$ 34.742
TOTAL		\$ 82.142

ELABORACIÓN: Equipo investigativo, 2018.

BIBLIOGRAFÍA

Manosalvas Juan Luis, *Potencialidades y limitaciones para la expansión urbana en la parroquia de San Antonio de pichincha mediante la aproximación de las técnicas de análisis espacial en SIG*, Quito, Universidad Católica del Ecuador, 2016.

Fuentes electrónicas:

Ministerio de Turismo. Página oficial.

URL:<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>

URL:<https://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/>

URL:https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016_final.pdf

URL: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-atractivos-turisticos-pilotaje-2016.pdf>

URL:https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Anexo4_GuiaLevantamientoFichaAccesibilidad_2daEd.pdf

URL: <https://www.turismo.gob.ec/san-antonio-de-pichincha-un-singular-destino-turistico-en-el-centro-del-planeta/>

URL: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-atractivos-turisticos-pilotaje-2016.pdf>

URL:<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

URL: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-Inventario-de-Atractivos-2004.pdf>

Quito Turismo. Página Oficial.

URL:<https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

URL: <http://quitotravel.ec/10-razones-para-visitar-quito/>

GAD de San Antonio de Pichincha y páginas relacionadas

URL: <http://www.gadsap.gob.ec/>

URL: <https://sanantoniovirtual.com/imagenes/sitiosuristicos/historiasenordelarbol.pdf>

URL: <http://www.mitaddelmundo.com/es/nuestra-historia>