



INFORME DE APLICACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE CALIDAD DE LA MARCA TURÍSTICA TERRITORIAL DEL NOROCCIDENTE DE PICHINCHA

Fundación ESQUEL
Facilitador: Universidad de Especialidades Turísticas
Noroccidente de Pichincha

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES.....	03
2. PROGRAMACIÓN.....	04
3. METODOLOGÍA Y PROCESOS APLICADOS.....	05
4. RESULTADO CANTONALES.....	06
5. RESULTADOS DEL DESTINO.....	22
6. CONCLUSIONES.....	36
7. RECOMENDACIONES.....	39
8. ANEXOS.....	40

1. ANTECEDENTES

3

Dentro de la planificación de actividades establecidas para mantener los procesos de evaluación dentro de la Marca Turística Territorial, se fijó desarrollar una visita de campo a 45 negocios de turismo en los 3 cantones del Noroccidente de Pichincha del 21 al 31 de noviembre de 2011, cuyo objeto fundamental fue recopilar información que permita tener una herramienta de evaluación de la calidad de productos y servicios turísticos desarrollados en esta zona.

La tendencia actual del manejo de los negocios de turismo, está dirigida a procesos de evaluación continua de Buenas Prácticas en los tres pilares fundamentales que esta herramienta exige:

En lo Ambiental.- Es un eje importante de la sostenibilidad cuya responsabilidad está vinculada a un manejo responsable de los recursos naturales y de una visión de respeto a los estados paisajísticos de la zona, lo cual hace que las actividades con los clientes deben estar bien establecidas, sean dentro de las infraestructuras turísticas, como en los espacios naturales.

En lo Socio-cultural.- Es la vinculación del respeto a las persona sean estas hombres o mujeres, en los diferentes ambientes en las que se relaciona. Por ello los negocios de turismo deben ser muy cautelosos en implementar actividades para no causar efectos sociales que rompan el equilibrio de la convivencia entre la población local y los clientes.

En lo Económico.- Dentro de este aspecto se analiza de forma muy seria sobre la vinculación de la economía local, esto significa que los recursos generados por esta actividad debe estar dirigido a fortalecer un movimiento económico local, cuyos productos de la zona deben ser más consumidos para generar puestos de empleo o negocios aleatorios sea estos en artesanías, agroindustria artesanal de alimentos y bebidas entre otros. Se evalúa la responsabilidad laboral y los procesos de responsabilidad de impuestos dentro de la zona (contabilidad responsable).

Para esta importante actividad se utilizó la ficha de evaluación para cada negocio del listado realizado en conjunto con el Comité de la Marca Turística Territorial del Noroccidente de Pichincha.

2. PROGRAMACIÓN

- 1 Se planificó la preparación de los materiales y el equipo que realizará el levantamiento de información mediante una matriz que contiene 108 descriptores claramente identificados para evaluar los aspectos ambientales, socioculturales y económicos que cada negocio turístico deberá responder.
- 2 Se determinó tres salidas de campo para el levantamiento de información de los negocios turísticos en los tres cantones de acuerdo a la lista establecida por el Comité de la Marca y valorada por Fundación Esquel, quien está brindando el aporte permanente en lo financiero y técnico para que se realice este proceso de en cada cantón.
- 3 Se recopiló los aportes de propietarios, administradores y empleados de cada negocio y en esta visita se entregó una carta de presentación del Comité de la de la Marca y un manifiesto sobre la creación de la Mancomunidad ambiental y turística del Noroccidente de Pichincha.

Fechas	Actividades	Requerimientos	Método	Observaciones
19/11/11	Reunión de trabajo equipo Consultoría	Fechas, fichas de levantamiento.	Participativo y se definió los 108 indicadores para el diagnóstico	
21-24/11/11	Salida a levantamiento de información emprendimiento Puerto Quito	Logística de 2 técnicos, fichas impresas (15), cartas impresas y manifiesto.	Práctico y consultivo la toma de información.	Se respetó los criterios y se tomó apuntes de las sugerencias dadas por cada persona.
26-29/11/11	Salida a levantamiento de información emprendimiento P.V. Maldonado	Logística de 2 técnicos, fichas impresas (15), cartas impresas y manifiesto.	Práctico y consultivo la toma de información.	Se respetó los criterios y se tomó apuntes de las sugerencias dadas por cada persona.
30-31/11/11	Salida a levantamiento de información emprendimiento P. Quito	Logística de 2 técnicos, fichas impresas (15), cartas impresas y manifiesto.	Práctico y consultivo la toma de información.	Se respetó los criterios y se tomó apuntes de las sugerencias dadas por cada persona.
2-5/12/11	Tabulación de la información y establecimiento de matrices de evaluación	Oficina, computador.	Deductivo en la que cada información se subió a la plataforma para general los resultados esperados	

3. METODOLOGÍA Y PROCESOS APLICADOS

Se utilizó la herramienta de evaluación con 108 parámetros de calidad en Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para este fin se inicio con una selección de los aspectos más relevante que se tenía que evaluar a los 45 negocios de pequeños, medianos y grandes empresarios turísticos del Noroccidente de Pichincha, sustentados en los procesos de consolidación de la Marca Turística Territorial.

Para este fin el equipo técnico de la Universidad de Especialidades Turísticas se sustentó de la definición del "turismo sostenible" de la OMT y mundialmente aceptada, la cual considera sostenible el turismo en los aspectos mencionados anteriormente en el presente documento. Al mismo tiempo se utilizó de manera extensa las fuentes externas de información con experiencias de otros países.

Con los resultados obtenidos en la construcción de la Marca Turística y las encuestas levantadas a los empresarios se procedió a la selección de 5 ejes (supraestructura, demanda, oferta, comercialización y superestructura), de los cuales se establecieron: Tipo, Subtipo, Categoría e Indicador.

Una vez definidos los indicadores se complementaron con el Estándar Mínimo y el Método de Evaluación /Referencia /Fórmula, que permitirá claridad para la evaluación.

Cada uno de los indicadores responde al mismo sistema de evaluación en el cual se presentan:

Cumple: para aquellos indicadores que son verificables al 100% y se han convertido en una política empresarial

No cumple: cuando no existe evidencias de acciones que podría asumir una empresa en el indicador

No aplica: cuando el indicador es específico para una actividad y la empresa no cuenta con operaciones en dicha actividad.

Cumple parcialmente: cuando la documentación no permite verificar a sociedad el cumplimiento del indicador

C	Cumple	NC	No Cumple	NA	No Aplica	CP	Cumple Parcial
---	--------	----	-----------	----	-----------	----	----------------

A continuación los resultados obtenidos en los Cantones del Noroccidente de Pichincha.

4. RESULTADO CANTONALES

4.1 SAN MIGUEL DE LOS BANCOS PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
1	Comercialización	Ubicación geográfica de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora está ubicada de forma accesible al público.	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	Se identifico que en la zona no existe presencia de agencias de viajes y la comercialización se desarrolla de forma independiente.
2	Comercialización	Espacio interno mínimo de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora tiene por lo menos 25 mts2 de espacio interior.	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	En los negocios visitados no existe un espacio dedicado a la comercialización en la mayoría funciona en el mismo counter de recepción al cliente.
3	Comercialización	Señalización de aproximación correspondiente a la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora tiene un letrero publicitario o de señalización.	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	No se observó señalización en los negocios sobre agenciamiento y no se divisa los precios ni servicios dentro de los negocios.
4	Comercialización	Equipo básico de computación y software de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora cuenta con por lo menos una computadora y software básico (procesador de textos, procesador de datos, hoja de cálculo, correo electrónico, diseño de folletería).	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	En los negocios no se tenía ningún programa de reservas (Sabre, Amadeus y otros), ni formato alguno de toma de servicios dentro de sus ordenadores.

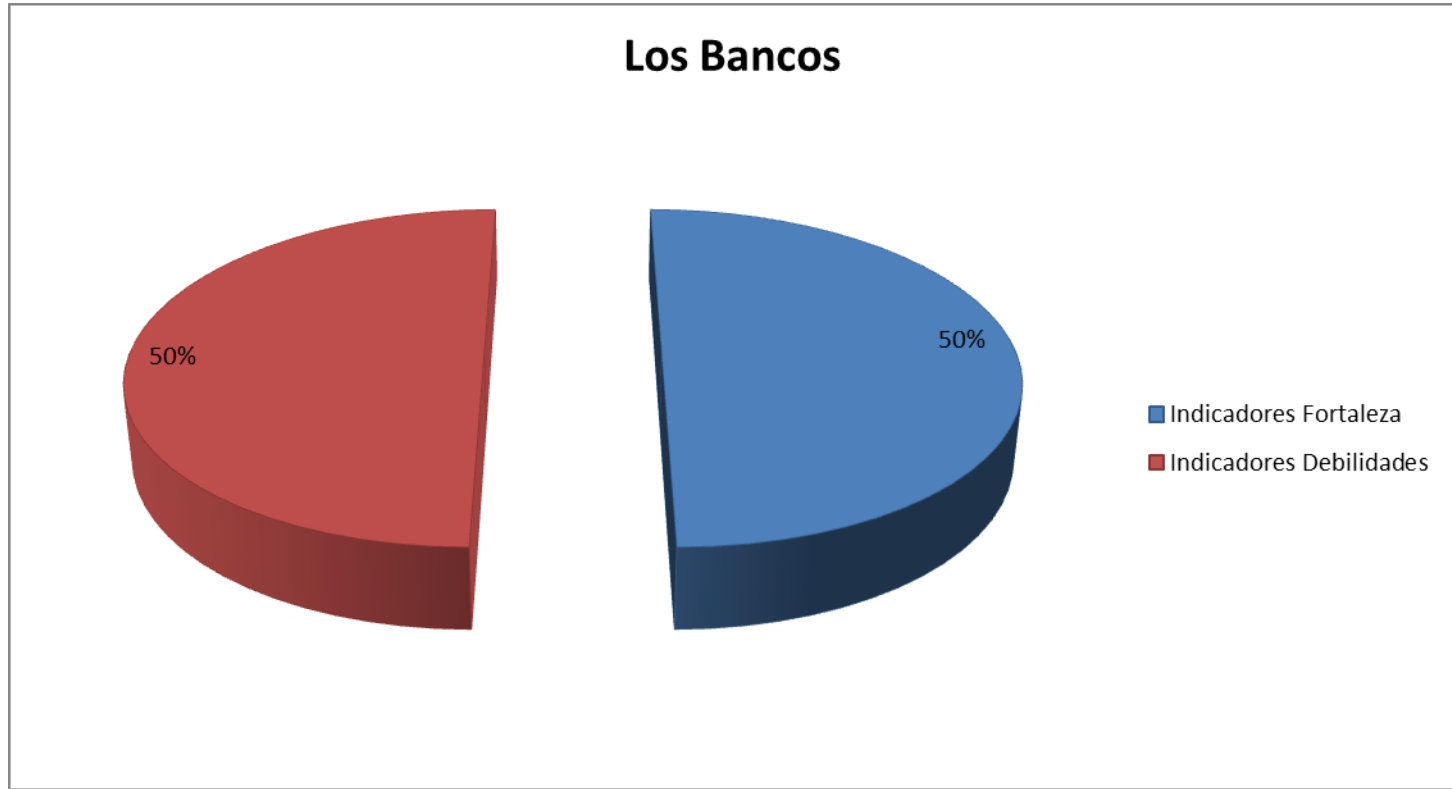
Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones	
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad		
5	Comercialización	Equipo básico de comunicación de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora cuenta con telefax y/o internet.	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	Existe pocos negocios visitados con servicios de internet, pero pocos lo están utilizando con fines de comercialización, por falta de conocimiento de manejo de técnicas de promoción y difusión online.
6	Comercialización	Medio para desplegar información de la operadora.	La agencia de viajes operadora tiene un distribuidor de información o folletos (rack).	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	Se observó ausencia de información de los atractivos turísticos del cantón en los negocios, es limitada la información de otras actividades fuera de sus negocios
7	Suprasistema	Ahorro de energía	La operación tiene fuentes de energía renovable	33,3	0,00	0,00	66,67	DEBILIDAD	Se tiene poco conocimiento sobre la energía renovable (paneles solares, energía hidráulica), como alternativa de ahorro de energía.
8	Oferta	Cumplimiento de normas internacionales de uso de piscinas	Existe una norma (expresada en letreros visibles) en la cual se obliga al visitante a usar gorra y terno de baño adecuado, así como usar las duchas antes de ingresar a la piscina.	33,3	0,00	8,33	58,33	DEBILIDAD	En los negocios con usos de piscina se tiene poco conocimiento de las normas internacionales, además se ha visualizado los problemas de descarga de estas aguas en fuente de ríos o quebradas o al sistema municipal que va directo al río caoní.
9	Comercialización	Presencia de un operador turístico	La operación cuenta con un operador turístico.	33,3	0,00	0,00	66,67	DEBILIDAD	Los negocios tiene una ausencia de nexos con agencias nacionales e internacionales y las pocas que existen son aisladas.
10	Suprasistema	Venta de artesanías tradicionales	La operación vende en sus instalaciones artesanías locales.	41,6	0,00	0,00	58,33	DEBILIDAD	En los negocios se tiene una escasa presencia de artesanías para la venta como souvenirs de la zona.

4.1.2 PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
1	Suprasistema	Porcentaje de género en puestos de trabajo	Más de 40,2 % de los empleados, en rol o servicios prestados, del producto turístico son mujeres.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se visualizó que en la mayoría de los negocios existía la presencia de mujeres con roles de responsabilidad importantes en los negocios.
2	Suprasistema	Integración de la infraestructura con el paisaje y la arquitectura local	La infraestructura se integra al paisaje y a la arquitectura local.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se observa un buen diseño y presencia de la infraestructura, especialmente hotelera con jardines bien mantenidos.
3	Suprasistema	Uso de animales silvestres en la gastronomía - excluye peces y mariscos.	No se observa el uso de carne de animales silvestres en el menú que ofrece la operación.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se tuvo una respuesta favorable al no consumo de animales silvestres en el cantón, y más bien existen prohibiciones de compra en los negocios especialmente hoteleros.
4	Oferta	Vía terrestre de acceso al producto.	La vía de acceso terrestre hasta las operaciones es al menos de tercer orden.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se tiene a todos los negocios visitados un buen acceso vial incluyendo en algunos negocios que está en zonas rurales.
5	Oferta	Tiempo de cumplimiento de servicio	Los servicios solicitados por los huéspedes de la operación son cumplidos sin retraso al tiempo pactado.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se recopiló información que en el cantón prima el cumplimiento con los servicios solicitados por los visitantes y se da cumplimiento a los acuerdos establecidos.

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
6	Oferta	Impactos ambientales	La operación está consciente de los impactos que ocasiona, ha planificado, ejecuta y los monitorea	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Internamente en la mayoría de los negocios se tiene conciencia de los impactos que ocasiona esta actividad y existe conciencia de reciclaje de basura, de recolectar el aceite, aunque manifiesta que no existe un plan oficial municipal.
7	Superestructura	Requerimientos del representante legal de la operación	La operación cuenta con el nombramiento de su representante legal.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Los negocios visitados en sus licencias y en registro único de contribuyentes estaba establecidos los representantes legales
8	Superestructura	Cumplimiento de requerimientos tributarios	La operación cuenta con RUC.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Todos los negocios tenían el RUC actualizado.
9	Superestructura	Cumplimiento de requerimientos municipales	La operación cuenta con la Patente Municipal.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	En los negocios se encontró expuesto la patente municipal en un lugar visible
10	Superestructura	Presencia del Permiso Sanitario de la Jefatura Provincial	La operación cuenta con el Permiso Sanitario de la Jefatura Provincial.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Los negocios tenían las personas que brindaban sus servicio de alimentos y bebidas los permisos sanitarios provinciales.
11	Superestructura	Presencia del Permiso Sanitario de la Dirección de Higiene	La operación cuenta con el Permiso Sanitario de la Dirección de Higiene.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	En el cantón la Dirección de salud motivo a los negocios a cumplir con este requisito a los establecimientos de alimentos y bebidas como un curso de capacitación.
12	Superestructura	Presencia de un gerente general	La operación cuenta con un Gerente general.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se encuentra registrado un gerente o administradores los negocios.
13	Oferta	Contratación Local	80% de los Trabajadores son Locales	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se verificó que la contratación de personal local tiene una buena presencia en los negocios turísticos en el cantón.

GRÁFICO COMPARATIVO FORTALEZAS Y DEBILIDADES EN DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD



4.2 PEDRO VICENTE MALDONADO PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
1	Suprasistema	Venta de artesanías tradicionales	La operación vende en sus instalaciones artesanías locales.	0,00	8,33	0,00	83,33	DEBILIDAD	No existe exposición ni oferta de artesanías de la zona en los negocios visitados.
2	Comercialización	Ubicación geográfica de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora está ubicada de forma accesible al público.	0,00	0,00	0,00	91,67	DEBILIDAD	Dentro de los negocios visitados desconocen de la presencia de alguna agencia que realice comercialización en el cantón.
3	Comercialización	Espacio interno mínimo de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora tiene por lo menos 25 mts ² de espacio interior.	0,00	0,00	0,00	91,67	DEBILIDAD	En las operaciones no existe un espacio dedicado para comercialización y se conoce poco sobre agenciamiento dentro de los negocios turísticos en el cantón.
4	Comercialización	Señalización de aproximación correspondiente a la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora tiene un letrero publicitario o de señalización.	0,00	0,00	0,00	91,67	DEBILIDAD	No se tiene publicidad de los atractivos ni otros servicios dentro de los negocios, ni letreros de precios de sus propios servicios.
5	Comercialización	Equipo básico de computación y software de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora cuenta con por lo menos una computadora y software básico (procesador de textos, procesador de datos, hoja de cálculo, correo electrónico, diseño de folletería).	0,00	0,00	0,00	91,67	DEBILIDAD	Los negocios visitados no tienen conocimientos sobre el uso de programas de reservaciones. (Sabre, amadeus y otros), no se tuvo acceso a sus computadores para verificar si tenían otros mecanismo de reservas en Excel.

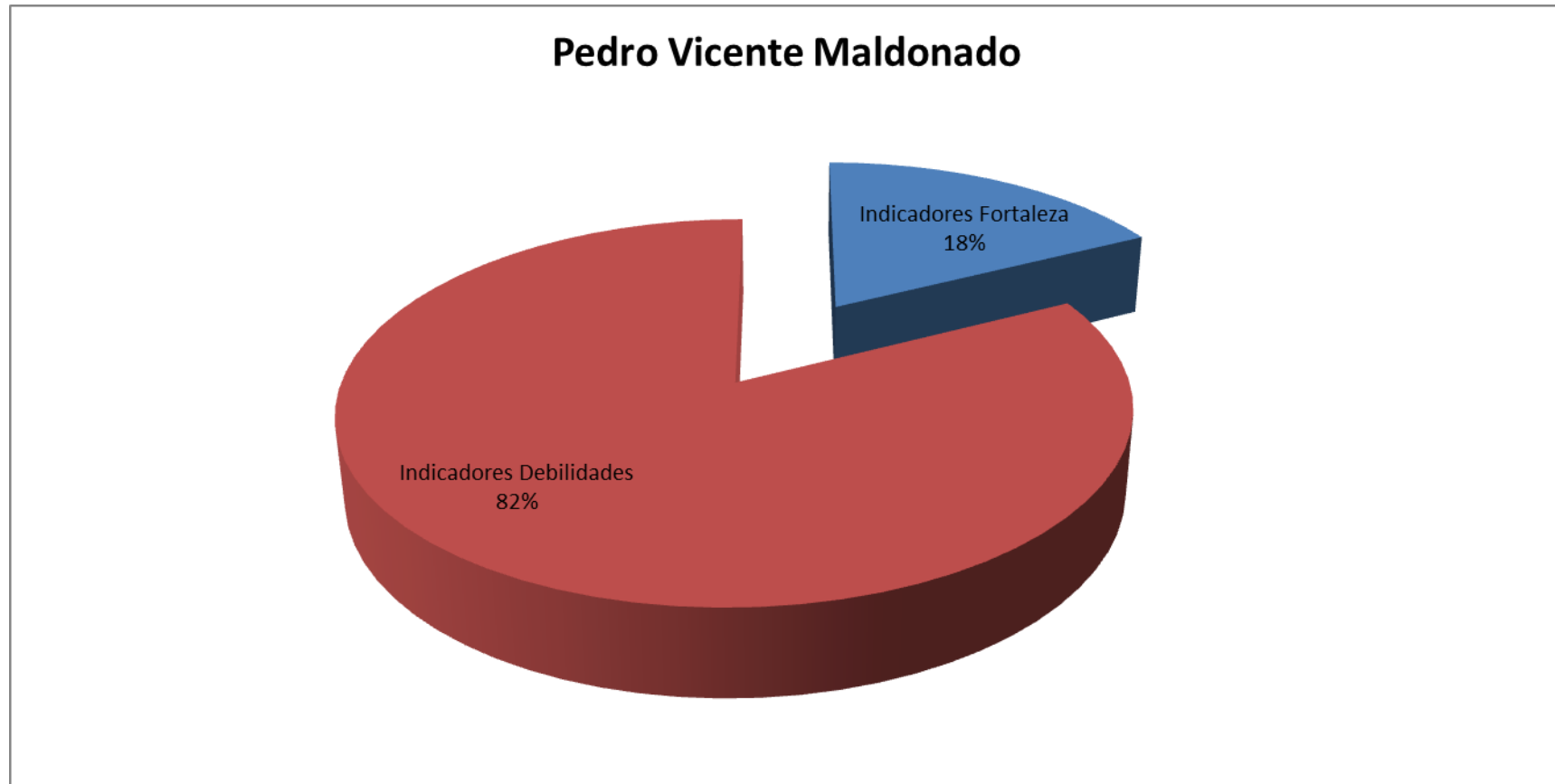
	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
6	Comercialización	Equipo básico de comunicación de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora cuenta con telefax y/o internet.	0,00	0,00	0,00	91,67	DEBILIDAD	Muy pocos negocios tenían acceso a internet y los que tenían no son utilizados para sistemas de comercialización, mas es solo comunicación.
7	Comercialización	Medio para desplegar información de la operadora	La agencia de viajes operadora tiene un distribuidor de información o folletos (rack).	8,33	0,00	0,00	83,33	DEBILIDAD	Existe una deficiencia en la calidad de información dentro de los negocios, además la difusión es de manera independiente y absolutista a cada negocio.
8	Oferta	Cajas de seguridad para las pertenencias de los huéspedes	La operación provee cajas de seguridad para proteger las pertenencias que llevan los huéspedes consigo.	16,67	33,33	41,67	0,00	DEBILIDAD	No existe cajas fuertes para precautelar la perdida de objetos o dinero del cliente en los negocios, esto obedece a que en la zona no se tiene una experiencia de robos en los negocios.
9	Oferta	Personal de conducción calificado	La operación cuenta con un conductor profesional calificado.	16,67	8,33	0,00	66,67	DEBILIDAD	Se determinó que los negocios no cuentan con un vehículo para logística, y los que existen están en manos de sus dueños por consiguiente no existe personal para este servicio contratado de manera exclusiva.
10	Comercialización	Presencia de un operador turístico	La operación cuenta con un operador turístico.	16,67	8,33	0,00	66,67	DEBILIDAD	Existe presencia muy leve de operadoras externas y de forma aislada dentro del cantón.
11	Demanda	Medida de satisfacción del turista	La operación implementa un cuestionario para medir la satisfacción de su cliente (planta turística, servicio, precio).	16,67	16,67	33,33	16,67	DEBILIDAD	No se tiene un mecanismo de evaluación escrita de satisfacción de los clientes dentro de los negocios, es mas verbal la forma de consulta.

4.2.1 PEDRO VICENTE MALDONADO PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
1	Suprasistema	# de observaciones de basura inorgánica en el sitio de operación turística	Cero (0) observaciones de basura inorgánica dentro del perímetro de la operación.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se visibilizó una buen manejo de basura dentro de los negocios y se tiene ya un sistema de recolección municipal bueno en el cantón
2	Suprasistema	Tratamiento de la basura sólida	La operación trata la basura sólida por al menos uno de los siguientes sistemas: la orgánica es enterrada, usada como compost, alimento para ciertos animales o biogás o arrojada a mar abierto. La basura inorgánica tiene que ser sacada del sitio o procesada de tal forma que no deje residuos o desechos. Quemar no es aplicable.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se constató que algunos negocios manejan el compostaje de basura y de reutilización de la misma en jardines y huertos.
3	Suprasistema	Tratamiento de las aguas negras	La operación trata las aguas negras por al menos uno de los siguientes sistemas: letrinas, tanques sépticos, letrinas composteras, tratamientos aeróbicos, tratamientos anaeróbicos o humedales artificiales.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se observó que los negocios tenían pozos sépticos, especialmente los negocios rurales y los urbanos se integraban a sistema municipal.
4	Suprasistema	Ahorro de agua	La operación hace mantenimiento periódico de las instalaciones para evitar el desperdicio del agua.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se registró niveles de mantenimiento de las instalaciones de agua dentro de los negocios.

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
5	Oferta	Presencia de parqueaderos en la operación	La operación cuenta con parqueaderos (atracaderos) para los transportes que llevan los huéspedes.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Los negocios visitados tienen buenos parqueaderos y seguros para sus clientes.
6	Oferta	Impactos ambientales	La operación está consciente de los impactos que ocasiona, ha planificado, ejecuta y los monitorea.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Mostraron los encuestados que el consumo de aceites vegetales son los que más impacto causan y están planificando su recolección y que este tiene un costo para la empresa turística.
7	Superestructura	Requerimientos del representante legal de la operación	La operación cuenta con el nombramiento de su representante legal.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se verificó en las licencias de funcionamiento que cada negocio tenía su representante legal.
8	Superestructura	Cumplimiento de requerimientos tributarios	La operación cuenta con RUC.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Todos los negocios visitados tenían facturas actualizadas con el RUC, no se pudo constatar si estaban en lista blanca.
9	Superestructura	Cumplimiento de requerimientos municipales	La operación cuenta con la Patente Municipal.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se exhibía la patente municipal en los negocios en lugares visibles.
10	Superestructura	Presencia del Permiso Sanitario de la Jefatura Provincial	La operación cuenta con el Permiso Sanitario de la Jefatura Provincial.	91,67	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Los negocios con responsabilidad tienen este requisito, lo poseían porque la dirección de salud dictó cursos e incentivó a que todos los negocios cumplan con este requisito.

GRÁFICO COMPARATIVO FORTALEZAS Y DEBILIDADES EN DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD



4.3 PUERTO QUITO PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza, Menos del 80% Debilidad	
1	Comercialización	Ubicación geográfica de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora está ubicada de forma accesible al público.	0,00	0,00	0,00	125,00	DEBILIDAD	No existe presencia de empresas comercializadoras locales ni se verifica nexos con operadoras nacionales
2	Comercialización	Espacio interno mínimo de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora tiene por lo menos 25 mts2 de espacio interior.	0,00	0,00	0,00	125,00	DEBILIDAD	Dentro de los negocios no se identifica espacios dedicados a la comercialización.
3	Comercialización	Señalización de aproximación correspondiente a la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora tiene un letrero publicitario o de señalización.	0,00	0,00	0,00	125,00	DEBILIDAD	No se tiene señalización de los atractivos ni productos que se ofertan en los negocios en el cantón.
4	Comercialización	Equipo básico de computación y software de la agencia de viajes operadora	La agencia de viajes operadora de la operación cuenta con por lo menos una computadora y software básico (procesador de textos, procesador de datos, hoja de cálculo, correo electrónico, diseño de folletería).	0,00	0,00	0,00	125,00	DEBILIDAD	Se verificó que la mayoría de los negocios dentro de sus ordenadores no se dedican a comercializar sus productos ni atractivos turísticos del cantón.

Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones	
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA			
5	Comercialización	Equipo básico de comunicación de la agencia de viajes operadora de la operación	La agencia de viajes operadora cuenta con telefax y/o internet.	0,00	0,00	0,00	125,00	DEBILIDAD	No existen empresas de comercialización, el internet es muy limitado en los negocios turísticos, y solo es para comunicación.
6	Comercialización	Medio para desplegar información de la operadora.	La agencia de viajes operadora tiene un distribuidor de información o folletos (rack).	6,67	0,00	0,00	116,67	DEBILIDAD	No se identificó una empresa que este dedicada a brindar información turística peor comercializar y la existente solo oferta sus productos y servicios y no vinculan atractivos del cantón.
7	Suprasistema	Ahorro de energía	La operación tiene fuentes de energía renovable	13,33	16,67	0,00	91,67	DEBILIDAD	No se identificó otro tipo de energía renovable, existe desconocimiento del uso de estos.
8	Oferta	Estructuración del menú de bebidas y comidas	En el sitio de alimentación de la operación el cliente tiene un menú en inglés y español con opción vegetariana.	13,33	8,33	66,67	33,33	DEBILIDAD	Los menús verificados en los negocios están elaborados en idioma español y no existe opciones para extranjeros.
9	Comercialización	Presencia de un operador turístico	La operación cuenta con un operador turístico.	20,00	0,00	8,33	91,67	DEBILIDAD	No existe operadoras en el cantón
10	Suprasistema	Venta de artesanías tradicionales	La operación vende en sus instalaciones artesanías locales.	26,67	16,67	16,67	58,33	DEBILIDAD	Se notó una presencia muy incipiente en cuanto a ventas de artesanías locales dentro de los negocios turísticos.
11	Oferta	Cumplimiento de normas internacionales de uso de piscinas	Existe una norma (expresada en letreros visibles) en la cual se obliga al visitante a usar gorra y terno de baño adecuado, así como usar las duchas antes de	26,67	0,00	8,33	83,33	DEBILIDAD	Se observó de manera muy ocasional en algunos negocios que brindan el servicios de piscinas las normas de uso de estas, y sus letreros ya están deteriorados en la mayoría

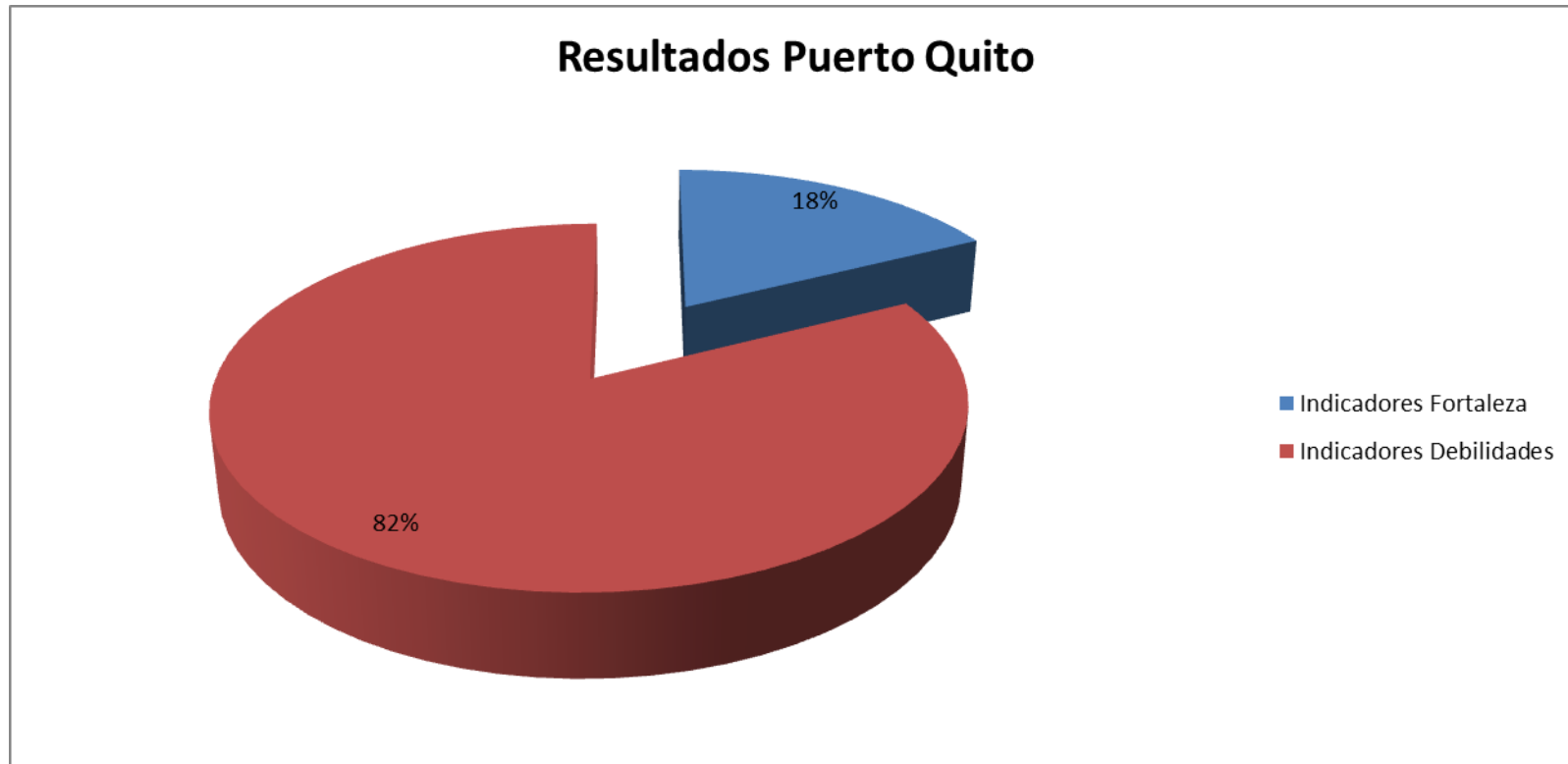
			ingresar a la piscina.						
12	Oferta	Personal de conducción calificado	La operación cuenta con un conductor profesional calificado.	26,67	8,33	8,33	75,00	DEBILIDAD	No se tiene este servicio en los negocios y los que tiene solo es exclusivo de los dueños.
13	Oferta	Guías nativos trabajando en el producto	La operación cuenta con guías nativos certificados	26,67	8,33	33,33	50,00	DEBILIDAD	No se apreció certificados de guías que estén trabajando en el cantón

4.3.1 PUERTO QUITO PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
1	Suprasistema	Integración de la infraestructura con el paisaje y la arquitectura local	La infraestructura se integra al paisaje y a la arquitectura local.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se ha observado que la infraestructura tiene una arquitectura acorde a los paisajes de la zona.
2	Suprasistema	Tratamiento de la basura sólida	La operación trata la basura sólida por al menos uno de los siguientes sistemas: la orgánica es enterrada, usada como composta, alimento para ciertos animales o biogás o arrojada a mar abierto. La basura inorgánica tiene que ser sacada del sitio o procesada de tal forma que no deje residuos o desechos. Quemar no es aplicable.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Los negocios han demostrado que todos tienen una política de recolección de basura y el Municipio ha generado un sistema de recolección basura ordenada y con calendario de orgánica e inorgánica. Existen negocios que realizan composteras dentro de sus propiedades y reutilizan para sus jardines y huertos.
3	Oferta	Vía terrestre de acceso al producto.	La vía de acceso terrestre hasta la operación es al menos de tercer orden.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Existe una buena conectividad en redes viales a los negocios del sector urbano y rural.
4	Oferta	Presencia de parqueaderos en la operación	La operación cuenta con parqueaderos (atracaderos) para los transportes que llevan los huéspedes.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se verificó que todos los negocios visitados tienen amplios parqueaderos para sus clientes.

	Eje	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
				CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
5	Superestructura	Presencia de un Gerente general	La operación cuenta con un gerente general.	100,00	0,00	0,00	0,00	FORTALEZA	Se demostró que todos los negocios visitados tiene su Gerente o Administrador.
6	Suprasistema	Porcentaje de género en puestos de trabajo	Más de 40,2 % de los empleados, en rol o servicios prestados, del producto turístico son mujeres.	93,33	8,33	0,00	0,00	FORTALEZA	Existe una buena presencia de la mujer dentro de los puestos de trabajo en los negocios turísticos e incluso en mandos de Gerencia o Administración
7	Suprasistema	# de observaciones de basura inorgánica en el sitio de operación turística	Cero (0) observaciones de basura inorgánica dentro del perímetro de la operación.	93,33	0,00	8,33	0,00	FORTALEZA	Se verificó que en el cantón dentro de los negocios turísticos se practica el manejo adecuado de basura, en la zona urbana por medio del sistema de recolección ordenad del municipio y en el sector rural se realiza composteras
8	Oferta	Tiempo de cumplimiento de servicio	Los servicios solicitados por los huéspedes de la operación son cumplidos sin retraso al tiempo pactado.	93,33	0,00	8,33	0,00	FORTALEZA	Se tiene buena cultura de respeto al cliente y se cumple con los compromisos reservados y pactados en días y horas de servicios en los negocios
9	Oferta	Conformación de grupos de turistas para la visita a la operación	Número de turistas por grupo de acuerdo a las regulaciones establecidas	93,33	0,00	8,33	0,00	FORTALEZA	Se maneja grupos de turistas en feriados o vacaciones en un buen número en el cantón.

GRÁFICO COMPARATIVO FORTALEZAS Y DEBILIDADES EN DIAGNÓSTICO DE SOSTENIBILIDAD



5. RESULTADOS DEL DESTINO

5.1 PRINCIPALES DEBILIDADES DETECTADAS

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
1	Comercialización	Ubicación geográfica de la agencia de viajes operadora del producto	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	Dentro del destino no se encuentra presencia visible de operadoras locales o nacionales, algunos negocios manifiestan tener contactos con operadoras de forma individual.
2	Comercialización	Espacio interno mínimo de la agencia de viajes operadora del producto	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	Se comercializa de manera independiente los servicios y productos turísticos.
3	Comercialización	Señalización de aproximación correspondiente a la agencia de viajes operadora la operación	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	No se encuentra en el destino una uniformidad de señalética de los servicios turísticos cada empresa turística comercializa su producto de forma aislada.
4	Comercialización	Equipo básico de computación y software de la agencia de viajes operadora de la operación	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	Existe una ausencia de equipamiento de software (sabre, Amadeus y otros en sus ordenadores) para realizar reservas dentro de la ruta.
5	Comercialización	Equipo básico de comunicación de la agencia de viajes operadora de la operación	0,00	0,00	0,00	100,00	DEBILIDAD	No existe presencia de operadoras, solo en Míndo se tiene impulsores turísticos que son los guías de forma desordenada.
6	Comercialización	Medio para desplegar información de la operadora la operación.	5,26	0,00	0,00	94,74	DEBILIDAD	Es limitada solo existe materiales escritos pero de forma aislada.

7	Suprasistema	Venta de artesanías tradicionales	23,68	7,89	5,26	63,16	DEBILIDAD	Presencia muy pobre de artesanías locales en el destino y en los negocios no se ofrece este material a los clientes.
8	Suprasistema	Ahorro de energía	23,68	5,26	0,00	68,42	DEBILIDAD	En el destino existe poco conocimiento de mejorar el ahorro de energía.
	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
9	Comercialización	Presencia de un operador turístico	23,68	2,63	2,63	71,05	DEBILIDAD	No se tiene presencia de empresas comercializadoras de turismo en el destino.
10	Oferta	Personal de conducción calificado	31,58	5,26	2,63	60,53	DEBILIDAD	Ausencia de medios de movilización propia de los negocios y los pocos están en manos de sus dueños y no se tienen disponibilidad los administradores o personal especializado.
11	Oferta	Cajas de seguridad para las pertenencias de los huéspedes	34,21	34,21	23,68	7,89	DEBILIDAD	Se manifiesta que dentro de los negocios no requieren la necesidad de tener cajas de seguridad para objetos de valor del cliente y poner en buen recaudo.
13	Oferta	Licencia del conductor	36,84	2,63	0,00	60,53	DEBILIDAD	En el destino se encontró pocos negocios que prestan servicios de transporte de forma directa a sus clientes para recorridos o tours internos, ejemplo Arasha, Selva Virgen.
14	Oferta	Competencias básicas de Primeros Auxilios de un conductor	36,84	5,26	2,63	55,26	DEBILIDAD	Existe dentro del destino poca importancia sobre el valor del conocimiento de primeros auxilios en los negocios.
15	Oferta	Seguridad para las pertenencias de los huéspedes dentro de la operación	42,11	21,05	13,16	23,68	DEBILIDAD	No se tiene precaución en el manejo de las pertenencias de valor de los clientes (cajas de seguridad dentro de los negocios).
16	Oferta	Estructuración del menú de bebidas y comidas	44,74	2,63	31,58	21,05	DEBILIDAD	Se constató en el destino la ausencia de una adecuada presentación de menús en la mayoría de los negocios visitados en el destino y los pocos que se tienen estaban en español sin opción para

								extranjeros en idioma inglés.
17	Comercialización	# de operadores/mayoristas internacionales que distribuyen el producto	44,74	18,42	36,84	0,00	DEBILIDAD	La comercialización con agencias nacionales y extranjeras es demasiado aislada en el destino y de forma muy individual.
18	Oferta	Guías nativos trabajando en el producto	47,37	5,26	15,79	31,58	DEBILIDAD	Poca presencia de guías nativos, solo en Mindo se observó una buena presencia.
	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento. Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
19	Demanda	Medida de satisfacción del turista	47,37	10,53	34,21	7,89	DEBILIDAD	Se tiene procesos de mediar la satisfacción del cliente solo verbales y pocos negocios lo realizan de forma escrita y en buzón.
20	Demanda	Procesamiento de datos de satisfacción del turista	47,37	15,79	28,95	7,89	DEBILIDAD	En el destino no existe una política de analizar y procesar los datos o sugerencias realizadas por los clientes.
21	Suprasistema	Ahorro de energía	50,00	18,42	28,95	2,63	DEBILIDAD	En el destino se tiene una tendencia baja de reducir el gasto de energía, por que los equipos se encuentran en muchos negocios ya deteriorados o en mal uso.
22	Oferta	Servicios de seguridad para el turista dentro del alojamiento de la operación	50,00	15,79	7,89	26,32	DEBILIDAD	Dentro de la oferta no se demuestra los procesos de seguridad en los servicios al cliente, como por ejemplo rutas de evacuación, señalética interna definida, lugares prohibidos o inseguros.
23	Comercialización	# de operadores/mayoristas nacionales que distribuyen el producto	50,00	23,68	26,32	0,00	DEBILIDAD	La presencia de empresas de comercialización nacional es poco visible y de forma aislada.
24	Superestructura	Presencia de normas de comportamiento de los proveedores de la operación	50,00	2,63	26,32	21,05	DEBILIDAD	Se tiene pocas normas para control de los proveedores locales y externos en las operaciones
25	Oferta	Plan de seguridad interna de la operación	55,26	21,05	21,05	2,63	DEBILIDAD	Dentro del destino existen algunos negocios que no tienen un plan de contingencia.

26	Oferta	Señalización para evacuación en caso de desastres e incendios	55,26	31,58	10,53	2,63	DEBILIDAD	No se tiene una buena señalética en la mayoría de los negocios turísticos del destino para casos de desastres naturales dentro de sus infraestructuras ni encendederos para prever posibles peligros a los clientes
----	--------	---	-------	-------	-------	------	-----------	---

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
27	Oferta	Sistemas de comunicación que ofrece la operación	55,26	5,26	15,79	23,68	DEBILIDAD	Es muy limitado el sistema de comunicación en la ruta, pese a que se ha mejorado en este tiempo con la presencia de la telefonía móvil, se tiene problemas para toma de servicios en hoteles y restaurantes.
28	Comercialización	Servicios ofrecidos en el material promocional	55,26	15,79	28,95	0,00	DEBILIDAD	El material comercial encontrado en el destino es muy parcializada e individual de cada negocio, no se comercializa como destino sino solo como producto o servicio de forma aislada en la mayoría de los casos.
29	Oferta	Jefe de mantenimiento de la operación	57,89	5,26	15,79	21,05	DEBILIDAD	Se ha visto dentro del destino pocos negocios con personal especializado para el mantenimiento de sus operaciones. Se tiene más bien personal que asume de otros departamentos o áreas (cocinero, administrador etc.)
30	Oferta	Camarero del alojamiento de la operación	57,89	2,63	18,42	21,05	DEBILIDAD	En las operaciones del destino se observa que los camareros la mayoría son personal de varios servicios y como limitaciones en esta competencia.

1	Comercialización	Principios éticos, sociales o de conservación expresados en el material promocional	57,89	13,16	23,68	5,26	DEBILIDAD	En los materiales promocionales no se encuentra integridad de los productos y servicios del atractivo, cuyos contenidos no reflejan en la mayoría un destino de ruta.
32	Suprasistema	Uso de productos biodegradables	60,53	7,89	31,58	0,00	DEBILIDAD	Son pocas la empresas usan productos biodegradables para la limpieza y mantenimiento de las operaciones turísticas en la ruta.
33	Oferta	Lista de atractivos naturales	60,53	18,42	21,05	0,00	DEBILIDAD	No existe un inventario básico de atractivos naturales ni siquiera un listado para la operación turística.

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA		
							Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
34	Oferta	Equipo de primeros auxilios	60,53	13,16	23,68	2,63	DEBILIDAD	Se constató que más del 40% de los negocios no tienen botiquín ni otro mecanismo de primeros auxilios.
35	Oferta	Persona competente encargada de primeros auxilios	60,53	18,42	18,42	2,63	DEBILIDAD	En los negocios del destino existen pocas personas con conocimientos de primeros auxilios.
36	Oferta	Base de datos con registros de salud de los turistas	60,53	23,68	13,16	0,00	DEBILIDAD	En pocos negocios se registra a turistas y/o clientes sobre problemas de salud que puede ser detectado como alergias u otros similares.
37	Comercialización	# de anuncios o artículos en una publicación internacional	60,53	21,05	18,42	0,00	DEBILIDAD	Pocas operaciones turísticas realizan publicidad internacional de sus productos y servicios, no poseen registros de publicidad en medios internacionales.
38	Comercialización	# de tipos de material promocional	60,53	15,79	21,05	2,63	DEBILIDAD	No se tiene tipo de material promocional para la comercialización.
39	Suprasistema	Ahorro de energía	63,16	5,26	28,95	2,63		Se tiene pocos mecanismos de ahorro de energía y en

							DEBILIDAD	muchos negocios no se analiza los registros de consumo de energía.
40	Suprasistema	Porcentaje de beneficio económico para la operación	63,16	18,42	18,42	0,00	DEBILIDAD	Se obtuvo información de que los beneficios de la operación no son reinvertidos en la zona, algunos los trasladan a otros negocios fuera de la ruta.
41	Oferta	Lista de atractivos culturales	63,16	18,42	18,42	0,00	DEBILIDAD	En el destino es poco valorado la cultura para fines turísticos, más bien es tomado en cuenta solo en tiempos festivos de cada cantón.

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
42	Oferta	Manejo de contingencias	63,16	13,16	23,68	0,00	DEBILIDAD	Se tiene debilidades en los procesos de manejos de contingencias dentro de los negocios de turismo en el destino.
43	Oferta	Servicios de restauración (alimentos y bebidas) que ofrece el producto turístico comunitario.	63,16	2,63	0,00	34,21	DEBILIDAD	No se tiene un buen proceso de manejo de residuos de aceites vegetales en alimentos. dentro del producto turístico
44	Comercialización	# de anuncios o artículos en revistas nacionales por año	63,16	13,16	23,68	0,00	DEBILIDAD	Se tiene pocos reportajes en revistas o periódicos nacionales del destino.
45	Demanda	Conocimiento del gasto promedio diario de los turistas	63,16	5,26	28,95	2,63	DEBILIDAD	Se conoce poco sobre la capacidad de gasto de los clientes que se encuentra en el destino.
46	Suprasistema	Ahorro de energía	65,79	10,53	21,05	2,63	DEBILIDAD	Se tiene poca normativa de manejo de ahorro de energía de las operaciones turísticas.
47	Oferta	Plan de capacitación en seguridad de la operación	65,79	15,79	15,79	2,63	DEBILIDAD	Se tiene poco acceso de capacitación en materia de seguridad en operaciones turísticas del destino.

48	Oferta	Señalética que indique los servicios con los que cuenta la operación	65,79	10,53	15,79	7,89	DEBILIDAD	La señalética de los servicios en muchos negocios está deteriorada y poco legible para sus clientes.
49	Oferta	Personal administrativo en hotelería y recepción	65,79	2,63	13,16	18,42	DEBILIDAD	Se tiene en muchos negocios cargas administrativas al personal operativo.
50	Oferta	Característica de ingresos a la infraestructura de la operación	65,79	2,63	5,26	26,32	DEBILIDAD	En negocios los ingresos no facilitan información de los servicios que brinda el negocio y el destino en particular.
51	Oferta	Personal de restauración, barman y saloner	65,79	0,00	10,53	23,68	DEBILIDAD	Se tiene una escasa presencia de personal de restauración, barman y saloner, muchos realizan funciones duplicadas.
52	Superestructura	Presencia de normas de comportamiento de los trabajadores	65,79	10,53	23,68	0,00	DEBILIDAD	No se ha reglamentado en los negocios el comportamiento de su personal dentro de sus negocios y algunos lo hacen de forma verbal.

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA		
53	Suprasistema	Ahorro de agua	68,42	5,26	26,32	0,00	DEBILIDAD	Se tiene pocas normas de ahorro de agua.
54	Suprasistema	Porcentaje de crecimiento de ventas	68,42	13,16	18,42	0,00	DEBILIDAD	No se experimenta crecimiento de ventas en este año
55	Oferta	Olor y sabor, ph, microorganismos	68,42	7,89	18,42	5,26	DEBILIDAD	En el agua se encuentra presencia de partículas de aceite vegetal de residuo en el destino y algunos han demostrado que se recicla este residuo para suministrar a granjas de cerdos o ganadería en la zona.
56	Demanda	Conocimiento de datos estadísticos de sus huéspedes.	68,42	2,63	21,05	7,89	DEBILIDAD	Se registra el ingreso del cliente pero no se procesa esta información.
57	Superestructura	Presencia de normas de comportamiento de los huéspedes en la operación	68,42	13,16	15,79	2,63	DEBILIDAD	No se tiene en la mayoría de los negocios un código de conducta escrito para los huéspedes.
58	Oferta	Coliformes /Oxígeno disuelto	71,05	5,26	7,89	15,79	DEBILIDAD	Se tiene poca precaución de las descargas de aguas de piscinas y de aguas grises de las operaciones.
59	Oferta	Personal de cocina y bodega	71,05	2,63	7,89	18,42	DEBILIDAD	Se tiene un personal en cocina con problemas en materia de reciclaje y manejo de alimentos en la

								mayoría de negocios del destino
60	Comercialización	Presencia de políticas de fijación de precios	71,05	5,26	23,68	0,00	DEBILIDAD	Las políticas de precios en los negocios son pobres, muchos son referencias a la competencia sin estudios de costos vs utilidad.
61	Suprasistema	Presencia de especies introducidas	73,68	2,63	15,79	7,89	DEBILIDAD	Se tiene en algunos negocios plantas introducidas en sus jardines o huertas.
62	Oferta	Comportamiento de los turistas	73,68	2,63	5,26	18,42	DEBILIDAD	No se lleva registro de problemas reconocidos en la ruta de los turistas para fortalecer la oferta dentro del destino.

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
63	Oferta	Características de infraestructura	73,68	2,63	2,63	21,05	DEBILIDAD	Se tiene medianamente infraestructuras turísticas con diseños importantes dentro de la oferta.
64	Oferta	Plazas mínimas de alojamiento	73,68	2,63	5,26	18,42	DEBILIDAD	Existe en el destino uso mediano de las plazas de alojamiento. Solo en feriados se experimenta una buena ocupación de estos espacios.
65	Oferta	Espacio físico destinado a la recepción	73,68	5,26	2,63	18,42	DEBILIDAD	En la mayoría de los negocios el espacio físico de recepción es limitado y en otros se utiliza este espacio también como el de administración lo cual reduce la recepción de clientes.
66	Oferta	Petit menage en las mesas del comedor.	73,68	0,00	7,89	18,42	DEBILIDAD	Los menajes de comedores o restaurantes en muchos no tienen buenos diseños y en algunos casos no guardan una buena estética dentro de la operación turística en el destino.
67	Oferta	Servicios de energía adecuados para funcionamiento de equipos de cocina	73,68	0,00	7,89	18,42	DEBILIDAD	En algunos negocios los toma corrientes no son muy confiables y no se ha realizado adecuaciones para

								asegurar los equipos.
68	Oferta	Equipamiento mínimo de cocina	73,68	5,26	2,63	18,42	DEBILIDAD	Solo en los hoteles grandes se tuvo presencia de equipamiento adecuado y en los negocios pequeños no se ha logrado equipar las cocinas para mejorar su servicio.
69	Oferta	Iluminación adecuada y suficiente	73,68	0,00	5,26	21,05	DEBILIDAD	Se tiene en la mayoría de servicios una buena iluminación pero existen algunos negocios con iluminación escasa y poco adecuada.
70	Suprasistema	Porcentaje de empleados con sueldos de acorde a la ley	76,32	13,16	10,53	0,00	DEBILIDAD	Se tiene algunas personas todavía sin contratos o asegurados al IESS, esto ocurre mas con negocios donde es la familia que presta los servicios.
Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones	
		CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad		
71	Suprasistema	Ahorro de energía	76,32	7,89	7,89	7,89	DEBILIDAD	En el destino existe poco conocimiento de mejorar el ahorro de energía
72	Oferta	Señalización de aproximación	76,32	5,26	18,42	0,00	DEBILIDAD	Se tiene señalización de aproximación de algunos negocios pero con diseños poco adecuados para la visibilidad de los clientes y otros no los tienen.
73	Oferta	Distribución de la cocina	76,32	2,63	2,63	18,42	DEBILIDAD	En los negocios grandes se visibiliza buena distribución de las cocinas pero en los negocios pequeños existe limitación es esta distribución.
74	Oferta	Extintor en la cocina del producto	76,32	2,63	0,00	18,42	DEBILIDAD	En los negocios existe extintor pero se constato que muchos están caducados.
75	Suprasistema	Se registra y se mide el consumo de agua	78,95	5,26	15,79	0,00	DEBILIDAD	Se mide en algunos casos el consumo de agua, pero no se evalúa o se toma correctivos para reducir o prevenir fugas en las operaciones de turismo del destino.

76	Oferta	El recurso humano indirecto presenta certificados médicos	78,95	5,26	15,79	0,00	DEBILIDAD	Se tiene poco habito de exigencia de exigir certificado médico a personal temporal o indirecto en los negocios.
77	Oferta	Plan de control médico	78,95	5,26	15,79	0,00	DEBILIDAD	Se limita el plan de control médico solo en cuanto se refiere para sacar el certificado de ministerio de salud. Es decir solo una vez al año.
78	Oferta	Espacio físico para guardar lencería	78,95	2,63	0,00	18,42	DEBILIDAD	En la mayoría existen espacios para lencería, pero en algunos negocios están dentro de recepción.
79	Oferta	Limpieza del salón comedor	78,95	0,00	2,63	18,42	DEBILIDAD	Se observó que la limpieza en los comedores es muy superficial en algunos negocios en el destino.

5.2 PRINCIPALES FORTALEZAS DETECTADAS

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA		
1	Suprasistema	Integración de la infraestructura con el paisaje y la arquitectura local	97,37	0,00	0,00	2,63	FORTALEZA	Se observó en el destino turístico una buena presencia de infraestructura turística con diseños que integran el paisaje del entorno.
2	Suprasistema	Tratamiento de la basura sólida	97,37	0,00	2,63	0,00	FORTALEZA	Se tiene procesos en negocios turísticos rurales composteras y en el sector urbano integración en el sistema de recolección municipal.
3	Oferta	Vía terrestre de acceso al producto.	97,37	2,63	2,63	0,00	FORTALEZA	Se tiene una vía de primer orden que conecta con la costa del país y las vías secundarias son aceptables para los clientes.
4	Suprasistema	Porcentaje de género en puestos de trabajo	94,74	5,26	0,00	0,00	FORTALEZA	Se tiene una buena participación de la mujer dentro de los negocios turísticos y se constató que ejercen cargos importantes de administración de muchos negocios por mujeres.
5	Suprasistema	# de observaciones de basura inorgánica en el sitio de operación turística	94,74	0,00	5,26	0,00	FORTALEZA	Se tiene una buena cultura de recolección de basura dentro de los negocios, especialmente inorgánica.

6	Oferta	Presencia de parqueaderos en la operación	94,74	0,00	5,26	0,00	FORTALEZA	Se tiene buenos parqueaderos dentro del destino para clientes.
7	Oferta	Tiempo de cumplimiento de servicio	94,74	0,00	5,26	0,00	FORTALEZA	Se ha tenido buenas referencias de clientes en cumplimiento de los servicios ofertados en el destino.
8	Superestructura	Requerimientos del representante legal de la operación	94,74	2,63	2,63	0,00	FORTALEZA	Se tiene gerentes o administradores de cada negocio turístico, estos reflejan en las licencias anuales de funcionamiento.
9	Superestructura	Cumplimiento de requerimientos tributarios	94,74	2,63	2,63	0,00	FORTALEZA	Se tiene patentes municipales, ruc, factura, permisos de funcionamiento en la mayoría de los negocios.
10	Superestructura	Cumplimiento de requerimientos municipales	94,74	2,63	2,63	0,00	FORTALEZA	Se tiene las patentes municipales y se cumple con las tasas de pagos de basura, agua potable y más requerimientos.

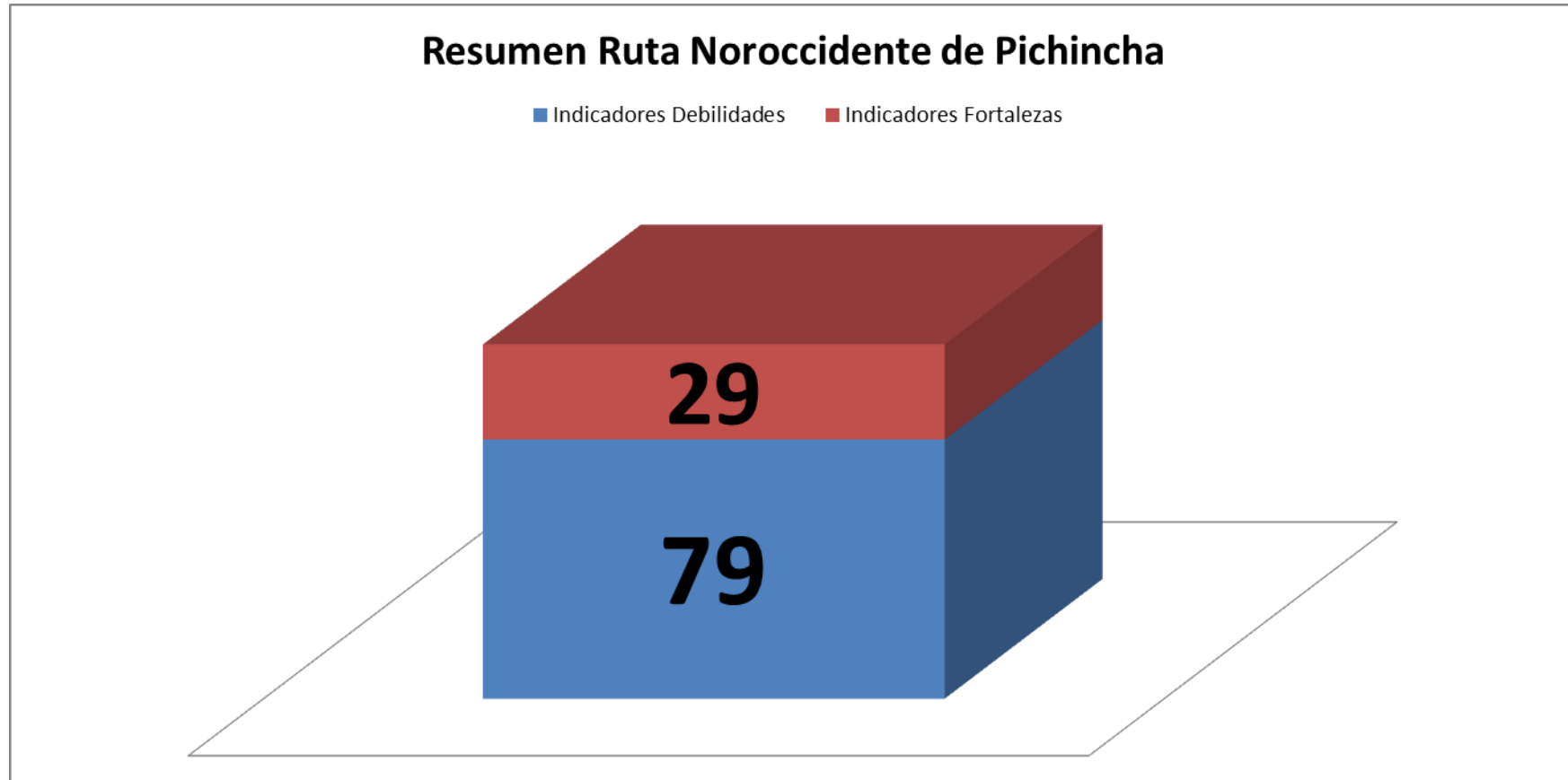
	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA	Con más del 80 % de cumplimiento, Fortaleza. Menos del 80% Debilidad	
11	Superestructura	Presencia de un gerente general	94,74	2,63	0,00	2,63	FORTALEZA	Se tiene legalmente establecido un Gerente o Administrador en los negocios, como responsable legal del ejercicio administrativo y operativo de los negocios.
12	Suprasistema	Tratamiento de las aguas negras	92,11	0,00	7,89	0,00	FORTALEZA	Existe un buen manejo de aguas negras en los negocios en el sector urbano todos están integrados al sistema del municipio y en el sector rural existe pozos sépticos, algunos negocios tienen sistemas de piscinas de oxidación.
13	Oferta	Impactos ambientales	92,11	0,00	7,89	0,00	FORTALEZA	En los negocios el personal administrativo y operativo esta consiente de la importancia de manejo de impactos ambientales en el destino.
14	Superestructura	Requerimientos de constitución de la operación	89,47	7,89	2,63	0,00	FORTALEZA	Se tiene una formalidad de los negocios en el destino.
15	Oferta	Contratación Local	89,47	7,89	2,63	0,00	FORTALEZA	Se ha verificado una buena presencia de personal en mandos operativos y administrativos de la localidad dentro de los negocios en el destino.

16	Oferta	Conformación de grupos de turistas para la visita a la operación	86,84	5,26	7,89	0,00	FORTALEZA	Se tiene registro de grupos de turistas que han tomado los servicios de alojamiento, alimentación y actividades turísticas en el destino.
17	Superestructura	Registro	86,84	7,89	2,63	2,63	FORTALEZA	Se ha visto los registros de funcionamiento en lugares visibles en los negocios.
18	Superestructura	Presencia del Permiso Sanitario de la Jefatura Provincial	86,84	5,26	2,63	5,26	FORTALEZA	Se verificó el permiso sanitario de los negocios en la mayoría.
19	Suprasistema	Presencia de animales silvestres en cautiverio dentro del perímetro de la operación	84,21	0,00	0,00	15,79	FORTALEZA	No se ha visto animales en cautiverio en los negocios, solo existe bebederos de colibrís pero con un buen manejo.
20	Suprasistema	Uso de animales silvestres en la gastronomía -excluye peces y mariscos.	84,21	0,00	0,00	15,79	FORTALEZA	Existe una buena conciencia de no utilizar carne silvestre en la gastronomía y más bien existe normas de prohibición en la zona.

	Eje	Indicador	Evaluación Porcentual				Evaluación general	Observaciones
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	NO APLICA		
21	Suprasistema	Se planifica el consumo del agua	84,21	7,89	7,89	0,00	FORTALEZA	Se planifica el consumo de agua mediante medidores de consumo y llaves de paso en la mayoría de los negocios.
22	Suprasistema	Ahorro de agua	84,21	5,26	10,53	0,00	FORTALEZA	Existe conciencia de mantener el ahorro de agua, pese a que es una zona rica en este recurso
23	Suprasistema	Ahorro de energía	84,21	0,00	10,53	5,26	FORTALEZA	Se tiene control de ahorro de energía por medio del medidor e implementación de focos ahorradores y cajas de distribución breakers
24	Oferta	Tipo de superficie de caminos o senderos internos de la operación	84,21	2,63	10,53	2,63	FORTALEZA	Se tiene buenos senderos en las operaciones y con rutas importantes para observación de aves y de la naturaleza.
25	Superestructura	Presencia de Licencia Anual de Funcionamiento	84,21	10,53	2,63	2,63	FORTALEZA	Se actualizó la mayoría de negocios con la licencia de funcionamiento extendida por el MINTUR.
26	Superestructura	Presencia del Permiso Sanitario de la	84,21	5,26	5,26	5,26		En los negocios se puso en un lugar visible los

		Dirección de Higiene					FORTALEZA	permisos sanitarios de los negocios,
27	Oferta	El recurso humano directo del producto presenta certificados médicos	81,58	7,89	10,53	0,00	FORTALEZA	El personal de planta por exigencia de ley tiene todos los carnets de salud para su área de trabajo.
28	Oferta	Limpieza de los baños para huéspedes	81,58	0,00	5,26	13,16	FORTALEZA	Se realiza periódicamente el aseo de los baños de la operación turística en el destino.
29	Oferta	Servicios higiénicos para los huéspedes cercanos al sitio de servicio de A&B de la operación	81,58	0,00	0,00	18,42	FORTALEZA	Los servicios higiénicos están bien diseñados y ubicados en la mayoría de las operaciones del destino.

GRÁFICO FINAL DE INDICADORES

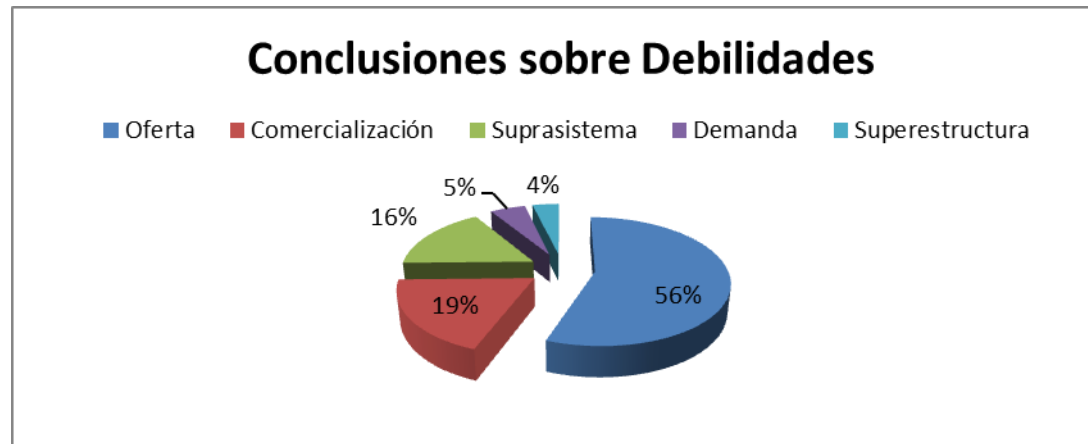


6. CONCLUSIONES

6.1 CONCLUSIONES SOBRE DEBILIDADES

Una vez tabulada la información y analizada las debilidades y fortalezas que tiene el destino turístico del Noroccidente de Pichincha, se concluye de la siguiente manera:

1. La oferta turística en el destino es el eje mas critico, debido a que no se ha logrado establecer un proceso de conectividad entre los negocios y se identifica más bien que los esfuerzos son aislados por los operadores dentro del Noroccidente de Pichincha.
2. En cuanto a la comercialización en el destino es muy incipiente debido a que no ha existido un ordenamiento en la promoción, información y especialmente en la gestión de comercialización por los prestadores de servicios dentro del destino turístico del Noroccidente de Pichincha.
3. Entendiendo que en el suprasistema están los entornos ambiental, social y el económico, se puede decir que existe falencias en algunos aspectos críticos como; políticas de mejora en reciclaje de residuos sólidos y aceites vegetales que afectan a niveles de contaminación de fuentes hídricas e incluso a granjas por el mas uso de este desecho.
4. Existe una buena demanda pero el acercamiento a esta es de forma muy aislada y mezquina entre las operaciones turísticas en el destino.
5. La superestructura está vinculada al cumplimiento de las normas legales para el funcionamiento de los negocios, existe pocos negocios que todavía no se formalizan en el destino pero se tiene una buena imagen en este aspecto. Faltan códigos de conducta para empleados, proveedores y clientes.



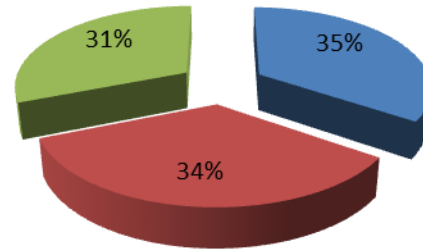
6.2 CONCLUSIONES SOBRE FORTALEZAS

Es importante establecer las fortalezas encontradas dentro del destino turístico del noroccidente de Pichincha, los mismo que se define de la siguiente manera:

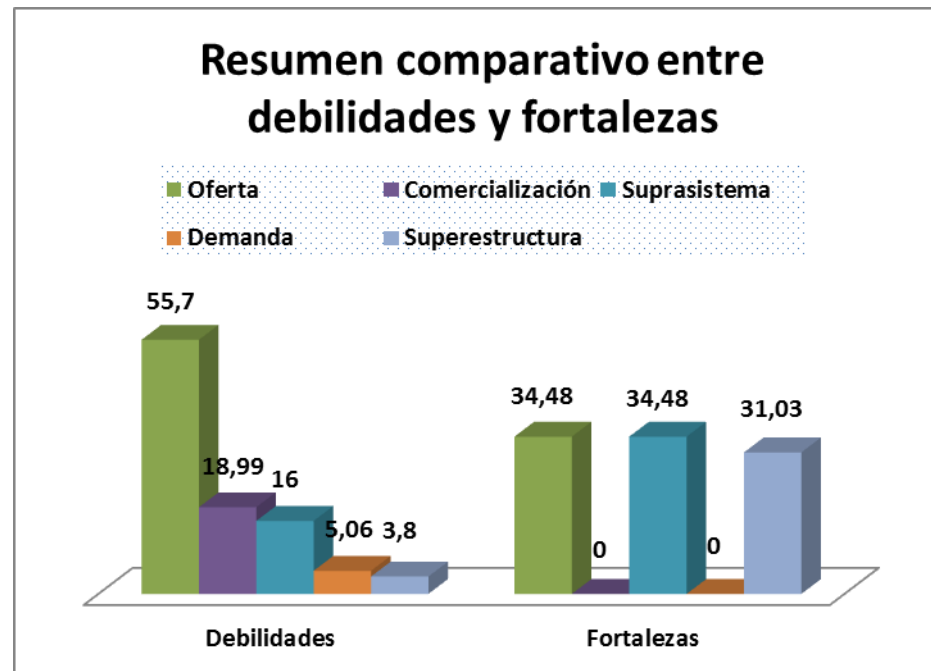
1. La oferta pese a tener inconvenientes en el destino ha logrado establecer un momento importante que ha marcado la diferencia de otros destinos del país, como la biodiversidad, el acceso, las infraestructuras turísticas con diseños amigables al entorno natural de la zona y la calidad de la red vial que brinda un buen acceso para los turistas.
2. En el eje del Suprasistema se tiene un nivel de conciencia ambiental, especialmente en la mejora de manejo de basura y respeto a la fauna y flora de la zona, una inclusión del personal en los negocios de la localidad y de manejos más responsables de la economía local, que ha marcado un buen resultado de mejora en el destino turístico del Noroccidente de Pichincha.
3. En la superestructura que se refiere a la formalidad de los negocios se ha logrado incorporar niveles de responsabilidad en la legalización de sus negocios y el cumplimiento de requisitos legales que hace sentir al cliente una formalidad al destino turístico.

Conclusiones de Fortalezas

■ Suprasistema ■ Oferta ■ Superestructura



7. RECOMENDACIONES



Se puede obtener con esta información breves recomendaciones para mejorar el destino turístico en el Noroccidente de Pichincha:

1. La oferta pese a ser la más relevante, es importante integrar productos y servicios turísticos, aprovechando la creación de la marca turística territorial y fortalecer la gestión del Comité de Marca Turística en el Noroccidente de Pichincha.
2. La comercialización no debe trabajar de forma aislada dentro del destino, es muy costosa para cada negocio y el efecto es muy pobre, por ello es recomendable reunirse con el Comité, las Direcciones de Turismo Municipal y realizar un programa de difusión, promoción y comercialización como destino a nivel local, nacional e internacional para mejorar este aspecto y que con el tiempo se convierta en una gran oportunidad.
3. Es recomendable seguir fortaleciendo los entornos, ambiental, social y económico, a pesar que en el destino existen programas ya definidos de mejora pero es necesario ordenar prioridades como:

- Mejorar el sistema de recolección de basura y desechos de aceites vegetales, de manera ordenada y sistémica que aporte a reducir como destino turístico.
 - Mejorar la señalética interna y externa (reducir el impacto visual)
 - Establecer códigos de conducta para operadores y turistas sobre uso de senderos turísticos dentro del destino.
 - Incorporar en puestos de trabajos estables a personal local.
 - Mejorar los sistemas de control contable
 - Integrar programas culturales en el destino y valorar las artesanías de la zona.
4. Para identificar la demanda es importante hacer esfuerzos conjuntos para generar un programa de incentivos para atraer clientes.
5. Para mantener la formalidad de los negocios es recomendable realizar monitoreo permanentes a los negocios del negocio.

8. ANEXOS

1. Un CD que contiene las fotografías como fuentes de verificación y las tabulaciones de los diagnósticos en Excel. .
2. Diagnósticos físicos (entregados en 3 carpetas)