



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA LA PARROQUIA 16
DE AGOSTO CANTÓN PALORA PROVINCIA MORONA SANTIAGO**

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

ANTONIO LEONARDO PADILLA CALLE

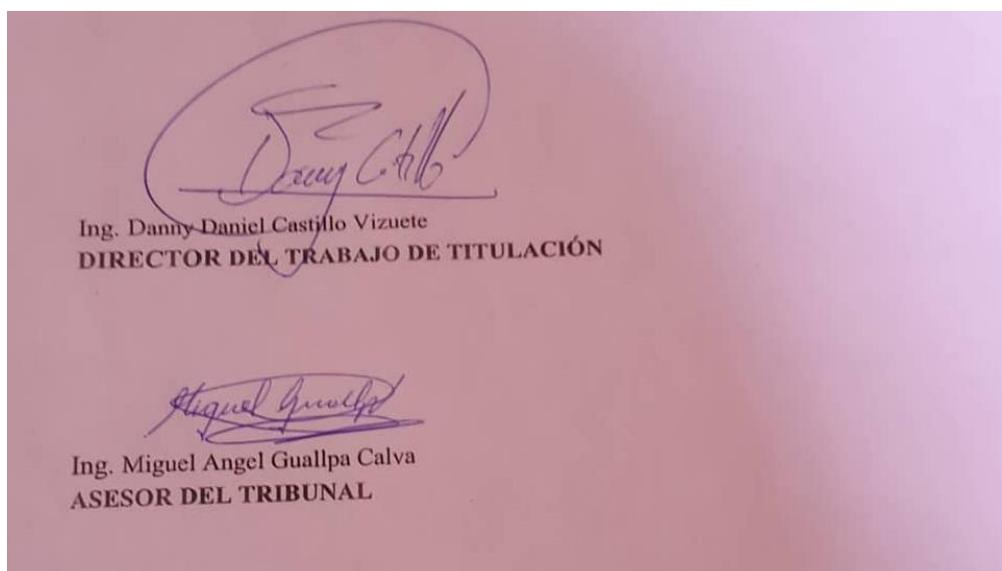
Riobamba – Ecuador
2018

©2018, Antonio Leonardo Padilla Calle.

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

El tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo técnico: “**DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO CANTÓN PALORA PROVINCIA MORONA SANTIAGO**”, de responsabilidad del Sr. Egresado Antonio Leonardo Padilla Calle ha sido minuciosamente revisado por los miembros del tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

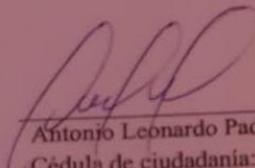


DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

Yo, Antonio Leonardo Padilla Calle, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Lo textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

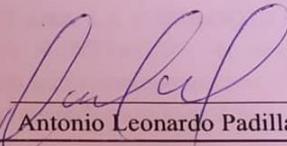
Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, Julio de 2018.



Antonio Leonardo Padilla Calle
Cédula de ciudadanía: 030236046-6

Yo Antonio Leonardo Padilla Calle soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



Antonio Leonardo Padilla Calle

DEDICATORIA

Esto no hubiera sido posible sin el soporte de mis padres que han estado conmigo apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida y dándome siempre ánimos para continuar, quiero dedicar este trabajo a Luis y Olga, que representa fruto de la dedicación y esfuerzo de todos nosotros durante estos años de estudio.

A mis hermanos Jenny, Edgar Henry y Fabián que gracias a su ejemplo y constancia estoy aquí culminando esta etapa de mi vida.

También a las personas que han estado conmigo de manera presente y en especial a la distancia, a lo largo de este camino; a mis patibuleros, compañeros de estudio, risas, viajes y camaraderías, ustedes saben quiénes son.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de ser parte de la historia de la ESPOCH, por estar dentro de mí ser, llenándome de satisfacción y fuerza para vivir y enfrentar todos los momentos de la vida

A mi padre, ejemplo de superación y manantial de mis conocimientos; a mi madre, quien supo cómo educarnos y me demostró que con esfuerzo somos capaces para cumplir con lo que nos proponemos.

A toda mi familia que estuvo siempre pendiente de mí. A mis amigos que considero hermanos, GAD Parroquial 16 de Agosto, por la apertura brindada para desarrollar el presente trabajo. A todos los docentes que estuvieron presentes durante mi formación académica, de manera especial al Ing. Danny Castillo, que en el tiempo que tuve el honor de conocerlo supo transmitirme parte de su conocimiento, con su habilidad única para enseñar y su característica paciencia. Al Ing. Miguel Ángel Guallpa, que sin su soporte académico no habría sido posible culminar este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO CANTÓN PALORA PROVINCIA MORONA SANTIAGO	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. IMPORTANCIA.....	1
B. PROBLEMA.....	2
C. JUSTIFICACIÓN	3
III. OBJETIVOS	2
A. GENERAL.....	2
B. ESPECÍFICOS.....	2
IV. HIPÓTESIS	3
A. HIPÓTESIS NULA	3
B. HIPÓTESIS ALTERNANTE	3
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
A. ANTECEDENTES	6
1. Circuito turístico	6
2. Agroturismo	6
B. ESTUDIO DE MERCADO	6
1. Análisis de la demanda	6
C. SITUACIÓN ACTUAL.....	6
1. Diagnóstico turístico	6
2. Inventario de atractivos turísticos	7
3. Jerarquización de atractivos	8
4. Estudio de mercado.....	8
D. DISEÑO TÉCNICO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO.....	9
1. Diseño de productos turísticos	9
2. Diseño de circuitos de agroturismo.....	9
3. Estudio administrativo y legal.....	9
4. Estudio ambiental.....	11
5. Análisis financiero	12
6. Análisis económico.....	13
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	15
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	15
1. Localización.....	15
2. Ubicación geográfica	15
3. Delimitación del área	16
4. Características climáticas.....	16

5. Características del suelo.....	16
6. Clasificación ecológica	16
B. MATERIALES Y MÉTODOS	17
1. Materiales.....	17
2. Equipos	17
C. METODOLOGÍA	17
1. Objetivo 1: Evaluar el potencial turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.....	17
2. Objetivo 2: Determinar el estudio de mercado de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.....	18
3. Objetivo 3: Diseño técnico del circuito de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.....	19
4. Objetivo 4: Construir el estudio ambiental del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago	20
5. Objetivo 5: Definir el estudio administrativo legal del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.....	20
6. Objetivo 6: Formular el estudio económico financiero del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.....	21
VII. RESULTADOS	22
A. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO	22
1. Diagnóstico situacional.....	22
2. Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales	35
B. ESTUDIO DE MERCADO DE LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO.....	37
1. Análisis de la oferta turística.....	37
2. Análisis de la demanda turística.....	39
3. Análisis de la competencia.....	48
4. Confrontación competencia vs demanda	49
5. Demanda insatisfecha	49
6. Demanda objetiva	49
7. Plan mercadotécnico	50
8. Requerimiento para el área comercial.....	54
C. DISEÑO TÉCNICO DEL CIRCUITO DE LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO.....	55
1. Tamaño del proyecto.....	55
2. Localización del circuito.....	56
3. Diseño del paquete	57
4. Flujograma de procesos	62
5. Requerimientos para el área productiva.....	64

D. ESTUDIO AMBIENTAL DEL CIRCUITO AGRO TURÍSTICO	65
E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL DEL CIRCUITO AGRO TURÍSTICO	65
1. Tipo de empresa a crearse	65
2. Definición de tipo de empresa	67
3. Requerimientos para el área administrativa	68
4. Estructura organizativa del proyecto	70
5. Manual de cargo y responsabilidades	70
F. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO DEL CIRCUITO AGRO TURÍSTICO	73
1. Evaluación financiera	73
2. Evaluación económica	76
VIII. CONCLUSIONES	77
IX. RECOMENDACIONES	78
X. RESUMEN	79
XI. SUMMARY	80
XII. BIBLIOGRAFÍA	81
XIII. ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de mitigación ambiental.	20
Tabla 2. Comunidades de la parroquia.	22
Tabla 3. Grupos étnicos de la parroquia.	24
Tabla 4. Población por sexo por comunidades.	24
Tabla 5. Especies relevantes de flora.	28
Tabla 6. Especies frutales y maderables representativas.	29
Tabla 7. Especies de fauna.	30
Tabla 8. Especies representativas de aves y reptiles.	31
Tabla 9. Pea por género de la parroquia.	32
Tabla 10. Mapeo actores públicos sociedad civil.	34
Tabla 11. Resumen atractivos naturales y culturales.	35
Tabla 12. Establecimientos de hospedaje.	37
Tabla 13. Establecimientos de alimentos y bebidas.	37
Tabla 14. Establecimientos de recreación y esparcimiento.	38
Tabla 15. Establecimientos discotecas y bares.	38
Tabla 16. Frecuencia del transporte interprovincial.	38
Tabla 17. Cooperativas de taxis.	39
Tabla 18. Género.	39
Tabla 19. Edad.	40
Tabla 20. Procedencia.	40
Tabla 21. Conocimiento de la parroquia 16 de Agosto del cantón palora.	41
Tabla 22. Interés en visitar la parroquia 16 de Agosto del cantón palora.	41
Tabla 23. Servicios que le gustaría utilizar.	42
Tabla 24. Actividades que les gustaría realizar.	43
Tabla 25. Tipo de alimentación le gustaría degustar.	43
Tabla 26. Promedio de estadía por viaje.	44
Tabla 27. Acompañamiento de viaje.	45
Tabla 28. Gasto por día.	45
Tabla 29. Medio utilizado para viajar.	46
Tabla 30. Medio de publicidad.	47
Tabla 31. Perfil del turista.	47
Tabla 32. Proyección de la demanda potencial.	48
Tabla 33. Competencia.	49
Tabla 34. Proyección de la competencia.	49
Tabla 35. Determinación de la demanda insatisfecha.	49

Tabla 36. Proyección de la demanda insatisfecha.....	49
Tabla 37. Determinación de la demanda objetiva.....	49
Tabla 38. Proyección de la demanda objetiva.....	49
Tabla 39. Talento humano.....	54
Tabla 40. Activos fijos.....	54
Tabla 41. Activos diferidos.....	54
Tabla 42. Gastos de promoción y publicidad.....	54
Tabla 43. Consumo aparente de clientes nacionales.....	55
Tabla 44. Consumo aparente de clientes extranjeros.....	55
Tabla 45. Demanda potencial de turistas nacionales por actividades.....	55
Tabla 46. Demanda potencial de turistas extranjeros por actividades.....	55
Tabla 47. Actividades.....	57
Tabla 48. Paquete turístico n° 1.....	57
Tabla 49. Paquete turístico n° 2.....	59
Tabla 50. Estructura del costo del paquete n° 1.....	60
Tabla 51. Estructura del costo del paquete n° 2.....	61
Tabla 52. Talento humano.....	64
Tabla 53. Activos fijos.....	64
Tabla 54. Materias primas e insumos.....	65
Tabla 55. Matriz de mitigación ambiental.....	65
Tabla 56. Resumen de ventajas y desventajas ley de compañías.....	66
Tabla 57. Resumen ventajas y desventajas ley de economía popular y solidaria.....	67
Tabla 58. Requisitos para formar la organización.....	68
Tabla 59. Requisitos para el funcionamiento.....	68
Tabla 60. Requerimientos de talento humano.....	68
Tabla 61. Activos fijos.....	68
Tabla 62. Activos diferidos.....	69
Tabla 63. Permisos de funcionamiento.....	69
Tabla 64. Otros.....	69
Tabla 65. Gerente.....	70
Tabla 66. Guía turísticos.....	71
Tabla 67. Secretaria – contadora.....	72
Tabla 68. Agente de ventas.....	72
Tabla 69. Asesor técnico.....	73
Tabla 70. Inversiones.....	73
Tabla 71. Fuentes de financiamiento.....	74
Tabla 72. Pago de la deuda.....	74

Tabla 73. Depreciación de activos fijos.	74
Tabla 74. Amortización de activos diferidos.....	75
Tabla 75. Estructura de costos y gastos.....	75
Tabla 76. Presupuesto de ingresos.	75
Tabla 77. Estado de resultados.	76
Tabla 78. Flujo de caja.	76
Tabla 79. Evaluación económica.	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa de ubicación geográfica de la parroquia 16 de Agosto.	15
Gráfico 2. Género personas encuestadas.	39
Gráfico 3. Edad de las personas encuestadas.	40
Gráfico 4. Procedencia de las personas encuestadas.	41
Gráfico 5. Conocimiento de la parroquia de las personas encuestadas.	41
Gráfico 6. Interés en visitar la parroquia de las personas encuestadas.	42
Gráfico 7. Servicios que le gustaría utilizar a las personas encuestadas.	42
Gráfico 8. Actividades que les gustaría realizar a las personas encuestadas.	43
Gráfico 9. Tipo de alimentación le gustaría degustar a las personas encuestadas.	44
Gráfico 10. Promedio de estadía por viaje de las personas encuestadas.	44
Gráfico 11. Acompañamiento de viaje de las personas encuestadas.	45
Gráfico 12. Gasto por día de las personas encuestadas.	46
Gráfico 13. Medio utilizado para viajar de las personas encuestadas.	46
Gráfico 14. Medio de publicidad de las personas encuestadas.	47
Gráfico 15. Logotipo.	50
Gráfico 16. Página web.	51
Gráfico 17. Red social.	52
Gráfico 18. Tarjetas de presentación.	52
Gráfico 19. Volantes.	53
Gráfico 20. Mapa de macro localización.	56
Gráfico 21. Mapa de macro localización.	56
Gráfico 22. Organización estructural.	70
Gráfico 23. Organización funcional.	70

LISTA DE ABREVIATURAS

CTC	Centro de Turismo Comunitario
ICOMOS	Council of Sites and Monuments.
MINCIT	Ministerio de Comercio, Industria y Servicio de Colombia.
MINTUR	Ministerio de Turismo del Ecuador.
OMT	Organización Mundial de Turismo
PANE	Patrimonio de Áreas Naturales del Estado.
SIG	Sistema de Información Geo Figura.
SIPCE	Sistema de Información del Patrimonio Cultural Ecuatoriano.
SNAP	Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador.
WFTO	Organización Mundial del Comercio Justo.

DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO CANTÓN PALORA PROVINCIA MORONA SANTIAGO

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

En el Ecuador la agricultura ha sido uno de los grandes motores productivos a través del aprovechamiento de la riqueza natural de los suelos; sin embargo, resulta incomprensible que en muchas de las áreas rurales se haya evidenciado altos índices de pobreza, lo que ocasionó en algunos casos que los agricultores abandonaran sus tierras para radicarse en las grandes ciudades.

Existe un incremento del turismo receptor en el país durante los últimos 10 años, gracias a la mega diversidad, tanto en atractivos culturales, étnicos, paisajísticos naturales y faunísticos que posee. El Ministerio de Turismo, por su parte, a través del Plan de Desarrollo Sostenible 2006 2020 (PLANDETUR, 2006, pág. 25). En contexto actual, el desarrollo de los destinos turísticos ha pasado a ocupar un espacio importante como alternativa para enfrentar la necesidad de renovación de las economías de los países, territorios y comunidades, con vista a asegurar un crecimiento sostenible, donde se pueda combinar el desarrollo económico con la preservación de la identidad y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación la estrategia nacional de cambio de la matriz productiva del Ecuador, el turismo se establece como sector productivo priorizado, sin embargo, es evidente que el desafío para el empresario ecuatoriano ha sido apostar por el desarrollo del conocimiento y la innovación, por lo que es necesario crear nuevos productos y servicios que generen demanda a nivel mundial (FAO, 2011, pág. 14).

Una de las maneras que más ha contribuido a acercar la oferta de productos turísticos a las necesidades de los clientes ha sido la de potenciar el desarrollo de los destinos a través del diseño de rutas turísticas de diversa índole, en la que se integran los atractivos existentes en una determinada zona o región. Entre otros aspectos, la geografía natural, el paisaje, valores históricos y culturales, el que hacer económico, estilos de vida. Todo ello conforma un producto con alto valor agregado para los turistas y factores económico-social que intervienen (Baños & Castañeira J, 1998). Es así que la Provincia de Morona Santiago, debido a que tiene un amplio número de ecosistemas que dan origen a una gran biodiversidad tanto en sus recursos naturales, recursos culturales, geográficos, flora y fauna, y también productivos, haciendo de nuestro territorio una zona con un gran potencial turístico; dando origen a impulsar la conservación de las áreas naturales y la dinamización de la economía de la población involucrada directa e indirectamente.

Entendiendo que el Gobierno Provincial, concibe el turismo como una actividad que necesita la participación de toda la población local y a los diferentes niveles de gobierno dentro de sus competencias. El nuevo esquema persigue la democratización del turismo sobre la base del desarrollo de las regiones con atractivos turísticos y la integración a nivel parroquial, provincial, regional y nacional; su desarrollo está ligado al desarrollo del territorio, integrándose en una cadena de valor lo

que afirma con los fundamentos de la competitividad; conjuntamente con estas iniciativas se realizarán inversiones para fortalecer el sector y colocarlo al alcance de todos.

En tal razón el agroturismo se convierte entonces, en una posible alternativa económica, la que permite darle giro al sector agrario y complementar un negocio tradicional con actividades de ocio y recreación: Manera atractiva de hacer turismo; cambio que aún se experimenta en la mayoría del área rural. Hecho que no puede dejar de lado al desarrollo territorial sostenible, proceso de transformación productiva e institucional en un espacio determinado, cuyo fin más inmediato es la reducción de la pobreza: Producción de alimentos y materia prima, protección de valores paisajísticos y el ambiente rural, y viabilidad de las áreas rurales a un desarrollo económico equilibrado sostenible (Szmulewicz *et al.*, 2012).

Es así que la parroquia 16 de Agosto carece de una oferta de productos turísticos, los cuales no han sido desarrollados por la falta de interés de la población local y las instituciones encargadas de su gestión y desarrollo por lo que es necesario iniciar con proyectos en los que se diseñen los mismos y se puedan realizar en toda la parroquia para un desarrollo sostenible del turismo.

B. PROBLEMA

Ecuador es un país rico por la variedad de atractivos que posee para el turismo tanto natural como creados por el hombre, que van desde la gran Amazonia, los volcanes, sus paisajes, especies marinas endémicas, flora, la fauna, la arqueología, las comunidades nativas, la artesanía, hasta viejas ciudades coloniales que contrastan con la modernidad. Todo esto hace del país uno de los destinos turísticos más atractivos de América.

En la zona rural de la parroquia, las familias campesinas tienen propiedades que oscilan entre 30 y 36 hectáreas; la mayor parte de tierras tienen dificultades como deforestación, avance de los pastizales, contaminación y erosión de los suelos. El problema encontrado en el sector, mediante visitas realizadas, está en los sistemas productivos donde imperan los monocultivos de maíz, arroz, pitajaya y maní. Estos sistemas consumen muchos agroquímicos de alto costo y que son contaminantes.

La comercialización se encuentra en manos de intermediarios que no pagan los precios justos y no promueven la calidad de los productos, creando malestar social, lo que ha llevado a buscar nuevas alternativas agrícolas para recuperar los suelos y los servicios ecosistémicos.

Los responsables políticos carecen de la información necesaria para la tomar decisiones acertadas. En este proyecto se analizará algunas medidas de un turismo consiente y responsable con la sostenibilidad de los atractivos.

C. JUSTIFICACIÓN

La crisis ambiental contemporánea, que algunos consideran como el fracaso de un modelo civilizatorio y de una forma de relación del hombre con la naturaleza, basado en la explotación de esta última, ha llevado a que cada vez más diferentes actores sociales y políticos se interesen y ocupen de ella y busquen alternativas que permitan la sustentabilidad ambiental.

El cual analiza el rol que juega la ciudadanía ambiental y la agroecología en la construcción de una sociedad sustentable que adquiere relevancia y pertinencia a la hora de asumir el compromiso ético y político para modificar radicalmente los patrones de vida y consumo que son necesarios para superar la crisis ambiental, y que la agroecología en sus tres dimensiones (técnico-científica, socioeconómica y ético-política) se constituye en la vía más robusta para realizar esta tarea.

Desde su creación en 1993, Heifer Ecuador impulsa el agroturismo como la propuesta para potenciar el proceso productivo campesino, cuidando de la salud, del ambiente, bajo el marco de la soberanía alimentaria, garantizando las prácticas culturales y la identidad de las zonas y el país.

Es así que “una granja agro turística es la creación de una variedad de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo” (Fernández & Guzmán A, 2003).

Finalmente, el reto es en estos momentos fundamental es el eje de una cultura sostenible y de una conciencia medio ambiental, porque es la base de un cambio de hábitos y prácticas, es decir, de un cambio en el modo de vida hacia una sociedad sustentable. Así, la ciudadanía se convierte en uno de los ejes de la transformación social necesaria para combatir los problemas económicos y ecológicos que padecemos (Gudynas, 2009).

Con la creación de un circuito de Agro turística se pretende crear una nueva imagen del destino que no había sido considerada, aun cuando posee variados atractivos e infraestructura suficiente para explotar sus recursos naturales, y así, contribuir a mejorar el desarrollo socioeconómico sostenible y la calidad de vida en las comunidades que abarca.

III. OBJETIVOS

A. GENERAL

Diseñar un circuito de agroturismo para la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.

B. ESPECÍFICOS

1. Evaluar el potencial turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.
2. Determinar el estudio de mercado de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.
3. Elaborar el diseño técnico del circuito de Agroturismo de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.
4. Realizar el estudio ambiental del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.
5. Definir el estudio administrativo legal del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.
6. Formular el estudio económico financiero del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago.

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS NULA

La elaboración de un circuito agro turístico perteneciente a la parroquia 16 de Agosto no se convertirá en una herramienta de oferta turística del territorio; la misma que orientará a la generación de recursos económicos.

B. HIPÓTESIS ALTERNANTE

La elaboración de un circuito agro turístico perteneciente a la parroquia 16 de Agosto se convertirá en una herramienta de oferta turística del territorio; la misma que orientará a la generación de recursos económicos.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. ANTECEDENTES

1. Circuito turístico

Es el conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que puede iniciar y terminar en idéntico lugar, o en un lugar diferente (PLANDETUR, 2006, pág. 22).

“Circuito turístico es la suma de varios corredores que unen los servicios y productos de un destino turístico con otros destinos para el beneficio de las zonas turísticas y para quienes disfruten del turismo” (Lamo, 1995, pág. 12).

2. Agroturismo

Dentro las modalidades de turismo se tienen que el Agroturismo es “la forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para el turismo. Se parece al ecoturismo, pero no trata de atraer turistas con la naturaleza, sino sobre todo con paisajes cultivados. Si las ofertas para turistas hacen que aumenten los ingresos de la población rural, el agroturismo puede promover el desarrollo regional, para que la propia población rural ayude a conservar la variedad natural, debe reconocerla como valiosa y digna de protección” (GTZ, 2012, pág. 12).

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado, sin embargo (Ortiz, 2017) menciona que la segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

Divide y segmente un mercado en grupos uniformes más pequeños, la segmentación de muchos sociales mercados se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra (Silva *et al.*, 2014).

Estos segmentos son grupos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables). Debido a esta similitud dentro de cada grupo, es probable que respondan de modo similar a determinadas estrategias de marketing. Es decir, probablemente tendrán las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada (Silva *et al.*, 2014).

b. Universo

El universo o la población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación, está constituida por la totalidad de elementos a estudiar (Ortiz, 2017).

c. Muestra

Una muestra es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella, concepto al que volveremos más adelante (Ortiz, 2017).

d. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda es la estimación o previsión de las ventas de un producto (bien o servicio) durante determinado período futuro. El pronóstico de ventas es la proyección en el futuro de la demanda esperada dando un conjunto de restricciones (Ortiz, 2017).

C. SITUACIÓN ACTUAL

1. Diagnóstico turístico

Los diagnósticos constituyen la base para desarrollar el estudio de un fenómeno determinado, ofreciendo elementos para valorar la situación actual y a partir de este conocimiento implementar las posibles soluciones del problema.

La palabra diagnóstico, proviene del griego diagnósticos formado por el prefijo día (a través), y gnosis (conocimiento o apto para conocer). En general, el término indica el análisis que se realiza para determinar cuál es la situación y cuáles son las tendencias de la misma. Esta determinación se realiza sobre la base de informaciones, datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

El concepto de diagnóstico “se inscribe dentro de un proceso de gestión preventivo y estratégico. Se constituye como un medio de análisis que permite el cambio de una empresa, de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento, para su adecuada dirección. Por otro lado, es un proceso de evaluación permanente de la empresa a través de indicadores que permiten medir los signos vitales” (Valdez, 1998). Por su parte Cummings & Worley (2001) consideran que el diagnóstico “es una herramienta de la dirección y se corresponde con un proceso de colaboración entre los

miembros de la organización y el consultor para recabar información pertinente, analizarla e identificar un conjunto de variables que permitan establecer conclusiones.

La guía metodológica para realizar el diagnóstico empresarial en Cuba, confeccionada por el Grupo Ejecutivo de Perfeccionamiento Empresarial en mayo de 1998, plantea que el diagnóstico es una fotografía analítica de la situación actual y de la dinámica de su posible desarrollo, por lo que reflejará los problemas, insuficiencias, virtudes, debilidades, fortalezas y amenazas que presenta la organización empresarial en su funcionamiento (Valdez, 1998).

La realización de una metodología de diagnóstico establece una serie de pasos o fases que permiten el estudio de un fenómeno determinado, ofreciendo elementos para valorar la situación actual y a partir de este conocimiento implementar las posibles soluciones del problema. En la presente investigación se muestra una metodología para el diagnóstico de la capacitación, con enfoque de organización que aprende, enmarcada en una localidad donde el turismo es el eje central de su desarrollo, por lo que se hace necesario tributar a su sostenibilidad. En esta metodología se listan una serie de pasos lógicos que conllevan a la comprensión y el estudio del proceso de capacitación, reflejando sus insuficiencias, virtudes, así como las posibles actividades a realizar para mejorar su funcionamiento y contribución al logro de los objetivos de las organizaciones (TURIDES, 2017).

2. Inventario de atractivos turísticos

El inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

Facilidades turísticas. - Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo (MINTUR, 2017).

a. Clasificación de los atractivos turísticos

El MINTUR (2017) manifiesta que los atractivos se clasifican en dos grupos: sitios naturales y manifestaciones culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

3. Jerarquización de atractivos

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

a. Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

b. Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

c. Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

d. Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico (MINTUR, 2017, pág. 6).

4. Estudio de mercado

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende 1-la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada. 2-También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien. 3-igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

En un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio. El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que, en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo. Para fines prácticos están estructurados en bloques que buscan analizar el comportamiento pasado y proyectar el futuro de los agentes participantes en él (CEIII, 2016, pág. 4).

D. DISEÑO TÉCNICO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO

1. Diseño de productos turísticos

El diseño del producto se hace de manera genérica (en función del destino); no sustituye el papel del operador privado quien, de todas maneras, debe hacer su propio proceso de investigación (evaluando la calidad de las ofertas contrastándolas con lo que la demanda le exige), las articula a su manera (paquetes con ofertas específicas, costos determinados) y las pone en el mercado (Ester & Machado, 2007).

2. Diseño de circuitos de agroturismo

La base para el diseño de un Circuito Agroturístico consiste en la personalización de los 2 ejes principales para la comercialización de productos turísticos, la oferta y la demanda; el primero constituye la caracterización de todo el patrimonio natural y cultural del espacio geográfico donde se va a trabajar, obteniéndose así una evaluación y/o análisis de la situación turística existente y a este se le suma el segundo eje establecido en las preferencias y gustos de los consumidores los cuales son obtenidos de un estudio de mercado y resumidos en un perfil del turista potencial.

El circuito turístico debe estar conformado por atracciones y actividades, equipamiento y servicios turísticos, infraestructura de acceso y transporte, junto a otros elementos que complementen y satisfagan las motivaciones y expectativas de los visitantes (Fernandez, 2017).

3. Estudio administrativo y legal

a. Organización

La viabilidad gerencial-administrativa es la viabilidad que se encarga de estudiar la capacidad de gestión que se posee, para llevar a buen término la materialización de un proyecto. Es en la etapa en que se elabora el proyecto, donde el inversionista debe demostrar la capacidad para efectuar un criterioso estudio, asesorándose por un probo equipo de evaluadores. Muchas veces un proyecto es aprobado luego del estudio demostrativo que el mismo es rentable, para luego comprobar en la implementación, que ocurre todo lo contrario. El estudio administrativo estará encaminado a establecer la organización de la empresa que consiste en seleccionar aquellos métodos, procedimientos, técnicas, etc., encaminadas a una mayor racionalidad en la utilización de los factores productivos, y en cualquier caso a una mejora de la productividad.

b. El organigrama

Una de las herramientas más importantes al definir la estructura orgánica de la empresa es el organigrama. Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una

empresa o de una de sus áreas o unidades administrativas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.

La utilidad de los organigramas es la siguiente:

- Brindan una imagen formal de la organización.
- Son una fuente de consulta oficial.
- Facilitan el conocimiento de una empresa, así como de sus relaciones de jerarquía.
- Constituyen un elemento técnico valioso para hacer análisis organizacional.

c. Manual de funciones

Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía. El objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización (Chano, 2009). De esta manera, se evitan funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdidas de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa, o peor aún de una misma sección. Aunque el manual de funciones es bastante conocido, es evidente que por sí solo no tiene una aplicación práctica en una empresa sino se combina con una serie de elementos fundamentales que hacen de su implementación un proceso exitoso

Los elementos que complementan un manual de funciones para proceder a su implementación son los siguientes:

- Manual de funciones y responsabilidades.
- Manual de procedimientos y diligenciamiento de formatos.
- Estructura orgánica de la Empresa.
- Manual de normas administrativas.
- Delineamientos o directrices de contratación de Personal.
- Reglamento laboral.

Los componentes para el manual de funciones son los siguientes:

1) Descripción básica del cargo

El formato se encabeza describiendo el nombre del cargo, dependencia a la que pertenece y el cargo de su jefe inmediato.

2) Objetivo estratégico del cargo

Este ítem se refiere a la actividad genérica que define el grupo de funciones, actividades y responsabilidades por lo cual se hace necesario la existencia de dicho cargo en la estructura de la

empresa. En este punto se debe recalcar que la definición del objetivo debe ser concreta y que globalice en pocas palabras el grupo de funciones y responsabilidades del cargo.

3) Funciones básicas

En este numeral se deben incluir brevemente cada una de las funciones y responsabilidades básicas que describa adecuadamente los límites y la esencia del cargo.

Se debe tener en cuenta que en la descripción de las funciones básicas no se debe entrar en los detalles de “el cómo hacer para cumplir con las funciones”, ya que este es un tema tratado al detalle en el manual de procedimientos y formato.

d. Marco legal

De acuerdo a empresas caja de Madrid. (2009), citado por (Amaya, 2017) la viabilidad legal se encarga de estudiar si existen impedimentos legales, para materializar el proyecto en estudio en lo relacionado a su operatividad. Lo primero que se debe hacer es determinar la forma jurídica que tendrá la empresa o la entidad generadora del proyecto; analizando si será de aspecto natural o jurídico; y a partir de esto determinar si es la segunda opción que puede conformarse en sociedad o compañía según las necesidades de los encargados.

Los condicionantes jurídicos y fiscales de cada modelo son numerosos. Afectan tanto al momento de la constitución de la compañía como a su desarrollo posterior, por esta razón, siempre resulta aconsejable que el emprendedor recurra a los servicios de asesoramiento de un profesional externo (abogados, asesoría, gestoría, etc.).

También deberá tenerse en consideración el tipo de actividad a iniciar, el grado de inversión, requerido, la amortización de dicha inversión y la generación de resultados esperados. La adopción de una adecuada fórmula u otra, representará un ahorro fiscal que puede llegar a ser muy importante.

4. Estudio ambiental

a. Impacto ambiental

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada. Se dice también que es todo cambio o modificación física, química, cultural, socioeconómico que se da en el ambiente o el hombre por la acción de un proyecto en particular, es también el producto final de los efectos, representado por las variaciones en los atributos del medio expresadas en términos cualitativos o cuantitativos (Cajas, 2007).

b. Evaluación de impacto ambiental

Es el procedimiento administrativo de carácter técnico que tiene por objeto determinar obligatoriamente y en forma previa, la viabilidad ambiental de un proyecto, obra o actividad pública o privada (Amaya, 2017).

Una evaluación de impacto ambiental suele comprender una serie de pasos:

- Un examen previo, para decidir si un proyecto requiere un estudio de impacto y hasta qué nivel de detalle.
- Un estudio preliminar, que sirve para identificar los impactos clave y su magnitud, significado e importancia.
- Una determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones clave y determinar dónde es necesaria una información más detallada.
- El estudio en sí, consistente en meticulosas investigaciones para predecir y/o evaluar el impacto, y la propuesta de medidas preventivas, protectoras y correctoras necesarias para eliminar o disminuir los efectos de la actividad en cuestión (FAO, 2011).

c. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa (Pérez & Lázaro, 2010) y (Ambientales, 2010).

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en un proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en un proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación.

5. Análisis financiero

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del flujo de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio - costo y el periodo de recuperación de la inversión.

Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa) (Fonero, 2014).

a. Inversiones

Se refieren a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.

b. Gastos

Se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen, aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc.).

c. Ingresos

Se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto (Sendin, 2006, págs. 11, 14).

d. Flujo de caja

El flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entrada y salidas de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento durante un periodo determinado. En sí es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones.

Se obtiene de la suma de los Ingresos totales actualizados menos los Egresos totales actualizados.

$$\text{Factor De Actualización} = \frac{1}{(1+i)}$$

$$\text{Flujo de Caja} = \text{Ingresos actualizados} - \text{Egresos Actualizados}$$

6. Análisis económico

Uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, se tienen cuatro elementos monetarios importantes:

e. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR)

Se define como el tipo de rendimiento que anula el VAN, de modo que evaluando este TIR frente a los criterios de rendimiento financiero de la empresa, podamos determinar si la inversión merece o no la pena. El TIR es un concepto teórico que busca la tasa que iguala la inversión puesta a un tipo de interés desde el momento cero, con los resultados año a año, puestos a ese mismo tipo de inversión. Este cálculo requiere otras consideraciones, sencillas si todos los márgenes de los años son positivos, y que deben tener en cuenta otras consideraciones si son negativos (necesidades financieras) (Sendin, 2006).

$$\text{TIR} = i_1 + (i_1 - i_2) \frac{\text{VAN}_1}{\text{VAN}_1 - \text{VAN}_2}$$

f. Valor Actual Neto

Se define como el valor actualizado de todos los flujos de caja esperados (positivos o negativos, si son negativos existe necesidad de financiación, pero esto en la fórmula se obvia asumiendo que se dispone de dinero desde el principio para cubrir los posibles negativos), es decir la diferencia entre los cobros y los pagos originados, en valor actual.

Se valora también sobre los flujos de caja, y mide en el momento de hoy la cantidad de dinero actualizada (excluida la cantidad invertida) que se recibe por el dinero que en su día se invirtió. Precisa de un dato, que es la tasa de descuento o el tipo de interés considerado por la empresa para sus inversiones, de modo que se pueda valorar con realismo el dinero “generado o ganado” por el negocio, más allá de una posible inversión alternativa (en un banco, por ejemplo) (Sendin, 2006).

$$VAN = \sum \text{Ingresos descontados} - \sum \text{desembolsos descontados}$$

g. Relación Costo/Beneficio

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos.

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Descontados} + \text{Valor de Salvamento}}{\sum \text{Ingresos Descontados} + \text{Inversiones Descontadas}}$$

h. Período de recuperación o Pay back

Se define de forma simple como el tiempo que debe pasar para que el resultado de ingresos y gastos a lo largo de los años, compense la inversión realizada. En este período primar el criterio de liquidez (no de rentabilidad, es decir, el beneficio que se logra una vez que la inversión ha sido recuperada) y no considera la depreciación del dinero con el tiempo. (Sendin, 2006) Además, viene marcado por el punto concreto en que la “caja” se pone en 0, es decir cuando comenzamos a “ganar dinero”, más allá de lo que diga el Beneficio (que tiene en cuenta las amortizaciones) (Sendin, 2006).

Para obtener el período de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el período de recuperación del capital se manifiesta en período de año y meses.

$$PAYBACK = 100/TIR$$

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizó en la parroquia 16 de Agosto que pertenece al cantón Palora, ubicado en la zona 6 que comprende las provincias de morona Santiago, cañar, y Azuay.

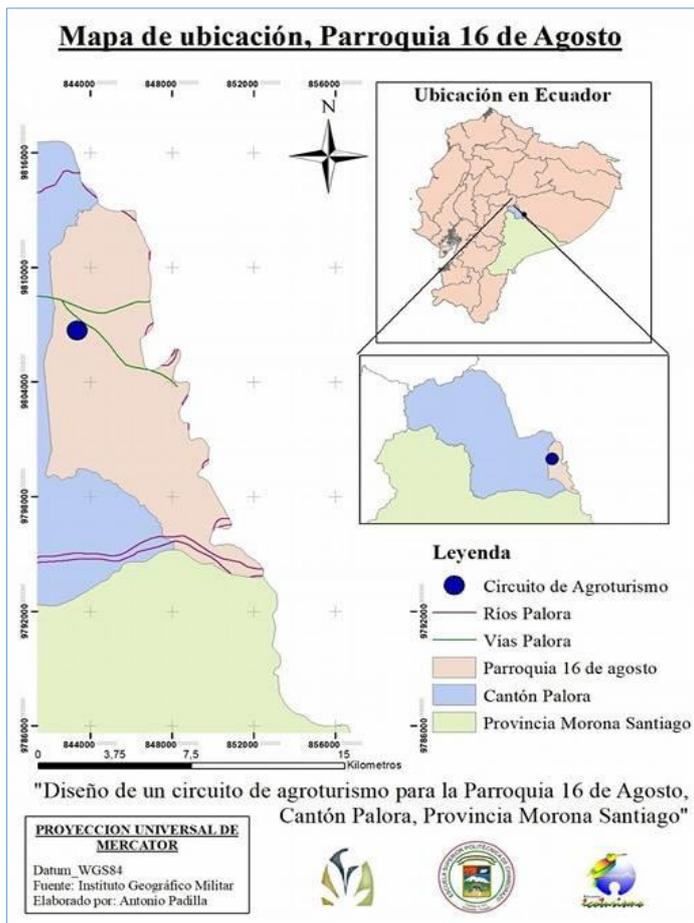


Gráfico 1. Mapa de ubicación geográfica de la parroquia 16 de Agosto.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

2. Ubicación geográfica

La parroquia 16 de Agosto se encuentra ubicada al Sureste del cantón Palora, provincia de Morona Santiago, a 7 Km de la cabecera cantonal, en la vía que conduce a la ciudad del Puyo. Posee una extensión de 17 000 has, se encuentra ubicada en las siguientes coordenadas proyectadas en UTM Zona 17 S.

Datum WGS84:

X: 9803618,37

Y: 846308,09

Altitud: 930 msnm.

3. Delimitación del área

Sus límites son los siguientes:

Norte y Este: Ubicado en la afluencia del río Pushintza, en el río Pastaza; el curso del río Pastaza, aguas abajo, hasta la afluencia del río Palora

Sur: Río Palora, aguas arriba, hasta la afluencia del Río Nayanamaka; de esta afluencia, el curso del río Nayanamaka, aguas arriba, hasta la afluencia del río Playado.

Oeste: Una alineación al Nor- Este hasta el cruce del río Yawintza con el sendero que conduce al recinto 16 de Agosto y empalme al camino de verano que une al Centro Chupi con el Recinto Chinimpi; de dicho cruce, una alineación al Nor – Oeste, hasta la Y que forman las vías que conducen a los Recintos: El recreo, Shiram Pastaza y 16 de Agosto, de dicha Y, el meridiano geográfico al Norte, hasta interceptar el curso del Río Pushintza, aguas abajo, hasta su afluencia en el Río Pastaza.

4. Características climáticas

Temperatura: promedio es de 22,5 °C

Precipitación: media anual es de 3000 – 4000mm

Humedad relativa: 85% (InamhiM041 Sangay).

5. Características del suelo

Los suelos que predominan esta región pertenecen al orden inceptisoles que evidencian un insipiente desarrollo pedogenético, dando lugar a la formación de algunos horizontes alterados, pueden presentarse procesos de tras locación y acumulación, constituyen una etapa subsiguiente de evolución con los entisoles, sin embargo, son considerados inmaduros en su evolución.

Los inceptisoles ocurren en cualquier tipo de clima y se han originado a partir de diferentes materiales parentales (materiales resistentes o cenizas volcánicas), en posiciones de relieve extremo, fuertes pendientes o depresiones geomorfológicos jóvenes, abarca suelos que son muy pobremente drenados o suelos bien drenados. El uso de estos suelos es muy diverso y variado, las Áreas de pendientes son muy apropiadas para la reforestación, mientras que los suelos de depresiones con drenaje artificial pueden ser cultivados.

6. Clasificación ecológica

Según el Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental, De acuerdo a Holdrige en la parroquia se encuentran las siguientes zonas: Bosque húmedo tropical (bhT), bosque húmedo premontano bajo (bhP).

ZONA 6. (bh-P) BOSQUE HUMEDO-PREMONTANO: Su altura es de 1.000-1.800 m. Su vegetación natural ha sido totalmente destruida a excepción de los lugares más agrestes. La mayor parte de esta área está siendo cultivada por café, pastizales, y cacao.

B. MATERIALES Y MÉTODOS

1. Materiales

Borrador, carpetas, CD's, esferos, hojas papel bond, libreta de campo, minas, pilas, portaminas, y tinta de impresora

2. Equipos

Computadora, impresora, memoria USB, GPS, cámara fotográfica

C. METODOLOGÍA

La presente investigación se llevó a cabo mediante la compilación de información primaria participativa aplicada y no experimental, utilizando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, en un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo.

Por lo cual, sus objetivos específicos se cumplieron de la siguiente manera:

1. Objetivo 1: Evaluar el potencial turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago

El objetivo principal del diagnóstico turístico de la región en donde se empezó el circuito agro turístico, fue conocer de manera general las características propias del lugar y su área de influencia, conociendo las limitantes y bondades ambientales, socioculturales y económicas de la región, que le dieron carácter y forma al circuito, acorde a su temática previamente identificada y el análisis de la situación turística actual de la parroquia se realizó de acuerdo a los elementos del sistema turístico propuesto por la OMT, para lo cual se revisaron fuentes de información secundaria como investigaciones académicas (Evaluación del potencial turístico para la implementación de un Circuito de Agroturismo para la parroquia 16 de Agosto) y otros documentos, además de información primaria levantada a través de la técnica de la observación directa del territorio.

Los elementos de análisis fueron: Inventario de atractivos, las condiciones climáticas, topografía y pendientes, características geológicas, suelo, agua, flora, fauna, atracciones, actividades, infraestructura turística, planta turística, superestructura y demanda turística (anexo 1).

2. Objetivo 2: Determinar el estudio de mercado de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago

Se realizó el análisis de la oferta turística del cantón, se determinaron los atractivos naturales y culturales de la parroquia con mayor acogida entre los turistas nacionales y extranjeros.

a. Demanda

1) Segmentación

Para el análisis de la demanda turística se tomó la información del flujo turístico del cantón Pastaza, año 2017 de las siguientes fuentes: Observatorio Turístico de la Universidad Estatal Amazónica, Ministerio de Turismo, Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC, 2010), y de los registros de visitantes proporcionados por la oficina del i-tur de la municipalidad, 2017.

2) Universo

Turistas nacionales	6679
Turistas extranjeros	8516
Total	15195

3) Muestra

Mediante la aplicación de la fórmula de Cannavos 1998 se hizo el cálculo del tamaño de la muestra, lo cual nos facilitará el número de encuestas a ser aplicadas.

Fórmula:

$$n = \frac{N(q * p)}{\left[(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 \right] + (p * q)}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (5%)

z: nivel de confianza (1,96)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Para turistas que visitaron

$$n = \frac{15195(0.5 * 0.5)}{\left[(6697 - 1) \left(\frac{0.05}{1,959964} \right)^2 \right] + (0.5 * 0.5)}$$

$n = 375$ encuestas

Numero de encuestas que se realizaron

Encuestas nacionales	165
Encuestas extranjeros	210

Total 375

4) **Recopilación, análisis y sistematización de la información**

Para la recolección información sobre la demanda turística se utilizó la técnica de la encuesta; empleando como instrumento el cuestionario, el mismo que contiene variables sociodemográficas (Anexo 3 y 4).

Posteriormente se procedió a la tabulación de los resultados mediante la utilización del programa Excel, en este contexto los resultados obtenidos permitieron definir el perfil de los turistas nacionales y extranjeros.

5) **Determinación del perfil del turista**

Una vez sistematizadas las encuestas se determinaron los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros.

b. Oferta

A más del inventario de atractivos turísticos fue necesaria la revisión de los prestadores de servicios como son hospedaje y alimentación del cantón.

Con la información recopilada acerca de la oferta y demanda, se realizó la confrontación oferta vs demanda, con lo que se determinó la oferta potencial.

Mediante la aplicación de la fórmula del incremento compuesto se determinará la demanda insatisfecha proyectada.

Fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Dónde:

Cn = demanda actual (turistas nacionales y extranjeros)

Co = año a proyectar (2018 – 2022)

i = incremento de turismo nacional e internacional (5%)

n = años a proyectarse (1-5)

3) **Análisis mercado técnico**

Para la realización del análisis del mercado técnico se determinó los canales de distribución, el plan de comunicación que incluye el logotipo del proyecto, slogan, descripción del logotipo y los diseños de medios dar a conocer el producto.

3. Objetivo 3: Diseño técnico del circuito de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago

- Se identificó la demanda objetiva para el consumo del producto.
- Se identificó la macro y micro localización del proyecto, según el diagnóstico situacional del área y la percepción del producto por parte de la demanda.

- Se determinaron las facilidades turísticas para mejorar o implementar servicios turísticos como: centro de interpretación cultural o ambiental, senderos, señalización, entre otros.
- Se diseñó el paquete turístico según el perfil del turista.
- Se diseñó los procesos productivos mediante flujo gramas.
- Se identificó los requerimientos del área para que pueda funcionar.

4. Objetivo 4: Construir el estudio ambiental del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago

a. Estudio ambiental del circuito

Se aplicó la matriz de impactos ambientales que determinará el nivel de impacto que ocasionaría la creación del circuito agro turístico para la parroquia 16 de Agosto.

Tabla 1. Matriz de mitigación ambiental.

Actividad del proyecto que cause daño	Efecto	Medida de mitigación	Requerimientos	Gastos
Suelo				
Total				
Aire				
Total				
Agua				
Total				
Biodiversidad				
Total				
Total en requerimientos para el estudio ambiental				

5. Objetivo 5: Definir el estudio administrativo legal del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago

a. Definición de la estructura legal y administrativa

1) Estudio Legal

En función a la constitución política de la República del Ecuador se identificaron los siguientes elementos:

- Figura legal para que pueda operar
- Normativa a cumplir
- Requisitos

2) **Administrativo para la operación del circuito**

Estructura orgánica funcional

- División por áreas
- Organigrama
- Personal requerido
- Manual de cargos y funciones

6. **Objetivo 6: Formular el estudio económico financiero del circuito agro turístico de la parroquia 16 de Agosto cantón Palora provincia Morona Santiago**

a. **Viabilidad financiera**

Se establecieron:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Presupuesto de costo y gastos
- Costos
- Ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja del proyecto

b. **Viabilidad económica**

- TIR
- VAN
- Relación beneficio y costo
- Periodo de recuperación de capital

VII. RESULTADOS

A. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO

1. Diagnóstico situacional

a. Ámbito físico espacial

1) Ubicación geográfica

El territorio de estudio está ubicado en la parroquia rural de 16 de Agosto se encuentra al sur este del cantón Palora, provincia de Morona Santiago, a 7 km de la cabecera cantonal con una extensión de 89km². Con las coordenadas UTM: longitud 9803618,37 y latitud 846308,09. Su altitud corresponde a 920msnm.

2) Límites

Norte y Este: Ubicado en la afluencia del río Pushintza, en el río Pastaza; el curso del río Pastaza, aguas abajo, hasta la afluencia del río Palora

Sur: El curso del río Palora, aguas arriba, hasta la afluencia del Río Nayanamak; de esta afluencia, el curso del río Nayanamak, aguas arriba, hasta la afluencia del río Playado.

Oeste: Una alineación al Nor – Este ubicada en el cruce del río Yawintza con el sendero que conduce al recinto 16 de Agosto y empalme al camino de verano que une al Centro Chupi con el Recinto Chinimpi; de dicho cruce, una alineación al Nor – Oeste, hasta la Y que forman las vías que conducen a los Recintos: El recreo, Shiram Pastaza y 16 de Agosto, de dicha Y, el meridiano geográfico al Norte, hasta interceptar el curso del Río Pushintza, aguas abajo, hasta su afluencia en el Río Pastaza (Palora, 2014).

3) Comunidades pertenecientes

Las comunidades pertenecientes a la parroquia 16 de Agosto son las siguientes:

Tabla 2. Comunidades de la parroquia.

Nº	Comunidad	Forma de Organización	Dirigente
1	Shiram Entsa	Centro Shuar	Sr. Daniel Wuampantik
2	Chai	Centro Shuar	Sr. Efrén Chuu
3	Nantar	Centro Shuar	Sr. Patricio Wampanty
4	Tunaimi	Centro Shuar	Sr. Patricio Timiaza
5	Kunamp	Centro Shuar	Sr. América Kunamp
6	Kuakash	Centro Shuar	Sr. Luis Anguasha
7	Yankuam	Centro Shuar	Sr. Miguel Yankuam
8	San Ramón	Centro Shuar	Sr. Ramón Shacay

9	Tawasap	Centro Shuar	Sr. Nanki Tzamarenda
10	Yawints	Centro Shuar	Sr. Patricio Antuca
11	Santa Inés	Centro Shuar	Sra. Magaly Jua
12	San Antonio	Centro Shuar	Sr. Antonio Kayapa
13	Shiram Paastas	Centro Shuar	Sr. Luis León
14	San José de Palora	Centro Shuar	Sr. Enrique Mitiap
15	Katsua	Centro Shuar	Sra. María Rodríguez

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

4) Hidrología

La hidrografía de la parroquia está conformada por el Río Pastaza que nace desde la provincia de Tungurahua y recorre varios cantones, el Río Pushints, el Río Nayump, el Río Yawints, Río Palora, Río Utunim y el Río Nayanmak todos afluentes del río Pastaza y que nacen en el Cantón Palora. También existen pequeñas escorrentías como son los esteros.

Estos cuerpos de agua han sufrido grandes cambios en el transcurso de los últimos años, siendo las más significativas la disminución de caudales y extinción de especies de fauna y flora acuática como consecuencia del deterioro de estos ecosistemas. Y aunque las características físicas de las aguas son de transparencia, presentan materia orgánica y sólidos en suspensión.

En el mes de Agosto los ríos experimentan una reducción considerable del caudal por el temporal veraniego, por el contrario en los meses de mayo a julio caracterizados por abundantes lluvias aumentan al máximo la cantidad de agua en sus lechos. A más de los ríos superficiales en la Parroquia existen alrededor de 15 fuentes subterráneas sobre todo en las comunidades de Chai, Shiram Entsa, Santa Inés, Nantar; algunas de las cuales son utilizadas para consumo humano. La agricultura, principal factor de degradación de los recursos hídricos superficiales y subterráneos como consecuencia de la erosión y de la escorrentía química, justifica la preocupación existente en la población por la calidad del agua en la parroquia.

5) Vías de acceso

La parroquia 16 de Agosto cuenta con una red vial de primer orden, las misma que atraviesa toda la parroquia es la vía Puyo – Palora, mantiene vías de tercer orden entre sus comunidades.

b. Ámbito socio-cultural

1) Etnicidad

En la parroquia 16 de Agosto, en tres de sus comunidades, Tunaimi, Chai, Santa Inés, se encuentra mayoritariamente la población shuar, mientras que, en las otras habitantes mestizos, en su mayoría.

Tabla 3. Grupos étnicos de la parroquia.

Identificación	Comunidad	Modo de organización
Nacionalidad Shuar	Todas las comunidades: Chai, Tunaime, Nantar, Shiram Entza, Kuakash, Yankuan, Kunamp, San José de Palora, Shiram Pastaza, Santa Inés, San Ramón, Yawintsa, Tawasap, San Antonio, Katsua	Federación Shuar
Mestizo	En la cabecera parroquial, y las comunidades: Chai, Santa Inés, San José Palora, Yankuan, Kuakash, Tunaime, Nantar	Asociaciones
Nacionalidad Quichua	Shiram Pastaza y barrio San Antonio	

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

2) Idioma

En las comunidades de shiram pastaza y sanjose de Palora se habla kichwa en las demás comunidades se habla shuar y español.

3) Historia de 16 de Agosto

Es la parroquia más joven del cantón, se creó mediante Ordenanza el 4 de diciembre de 1992, publicada en el Registro Oficial No.178 del 28 de abril de 1993, toma este nombre en honor a la fecha en que el primer grupo humano decidió formar una comunidad. Sus primeros habitantes colonos llegaron desde la provincia de Azuay, cantón Paute, parroquia Palmas, y motivados por la necesidad de una escuela para educar a sus hijos se organizan y forman el centro poblado. Cabe resaltar que en esta zona se asientan la Nacionalidad Shuar, desde épocas milenarias. La parroquia 16 de Agosto contiene en la cabecera parroquial 1 solo barrio del mismo nombre de la parroquia y 15 comunidades distribuidas en su territorio (Palora, 2014).

4) Población

Al destacar la población por comunidades, se observa que una cuarta parte de la población se agrupa en la cabecera cantonal, le sigue en importancia cada una con un 11%, Santa Inés y Tunaimi, y con el 9% Yawintsa, estas tres comunidades tienen una población de 100 y más habitantes. Un poco menos de la mitad de la población se distribuye en el resto de comunidades con una media de 57 habitantes, cabe destacar que la excepción es Tunaimi que tiene apenas 15 personas.

Tabla 4. Población por sexo por comunidades.

N°	Comunidad	Hombres %	Mujeres %	Total %
1	Cabecera Parroquial	55%	45%	100%
2	Chai	49%	51%	100%
3	Tunaimi	48%	52%	100%
4	Nantar	44%	56%	100%
5	Shiram Entsa	56%	44%	100%
6	Kuakash	64%	36%	100%
7	Yankuan	50%	50%	100%
8	Kunamp	60%	40%	100%
9	San José Palora	62%	38%	100%
10	Shiram Pastaza	44%	56%	100%
11	Santa Inés	54%	46%	100%
12	San Ramón	45%	55%	100%

N°	Comunidad	Hombres %	Mujeres %	Total %
13	Yawintsa	49%	51%	100%
14	Tawasap	49%	51%	100%
15	Katsua	62%	38%	100%
16	San Antonio	56%	44%	100%
	Total	53%	47%	100%

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

La parroquia posee una población bastante joven, el 67% de la de los habitantes se encuentran en edades comprendidas entre los 0 y 24 años. Esta situación destaca un importante potencial de fuerza laboral, así como inmediatas demandas de equipamiento y servicios, especialmente educativos y de salud. Conforme a esta estructura poblacional, se establece una relación de dependencia de un individuo activo por cada dos individuos dependientes adicionales.

5) Migración

En la parroquia 16 de Agosto, se registra un número bajo de migrante que se hayan asentado de otras provincias. Po la cercanía la mayoría de inmigración nacional proviene de las ciudades aledañas como Macas y Puyo. En la parroquia 16 de Agosto han llegado varios extranjeros pero en calidad de turistas que vienen por días, especialmente en la comunidad de Nantar y Tawasap. En la parroquia 16 de Agosto, en especial en la cabecera parroquial es de donde han emigrado más las personas esto es aproximadamente en los últimos cinco años unas 80 personas, con un aproximado de 2 personas por familia, los mismos que no han regresado.

6) Servicios básicos disponibles

La dotación de servicios básicos en la parroquia es deficiente. Con respecto al agua potable, no existe, el abastecimiento es a través de agua entubada no tratada, lo que implica que existen problemas de salud por el consumo de agua. En el tema de saneamiento ambiental, el tratamiento de las excretas, es a través de letrinas con pozos sépticos. En cuanto al acceso a la energía eléctrica la situación es mejor, la mayoría de viviendas cuentan con energía eléctrica.

7) Vivienda

En la parroquia 16 de Agosto, la tenencia de la vivienda es propia. La estructura de las construcciones es de madera, mixtas y de hormigón armado.

8) Salud

Cuenta con un Subcentro de Salud del Ministerio de Salud Pública; profesionales como un médico general, una enfermera y un odontólogo ocasional.

9) Educación

Existe infraestructura educativa en las comunidades de la parroquia Las escuelas con las que cuenta la parroquia son uni-docentes lo que no favorece el acceso a una educación de calidad, así mismo prestan el servicio solo de educación básica. Existe carencia de material didáctico.

10) Medios de transporte

La parroquia 16 de Agosto cuenta con una red vial de primer orden, la misma que atraviesa toda la parroquia es la vía Puyo – Palora, mantiene vías de tercer orden entre sus comunidades. Así las redes de transporte hacia la parroquia son óptimos, cuenta con transporte urbano, intercantonal de bus de transporte Centinela del Oriente y Valle del Upano e interprovincial, el transporte hacia sus comunidades es deficiente porque no cuenta con transporte solo ingresan camionetas de alquiler.

11) Comunicación

Los servicios de telecomunicaciones, en la Parroquia 16 de Agosto son limitados. Existe telefonía convencional, que se conecta de manera satelital, sin embargo no todos los hogares cuentan con este servicio, debido a sus condiciones económicas. En cuanto a la telefonía celular es totalmente limitada, existe cobertura con déficit para este servicio en el servicio de las tres operadoras Claro, Movistar y Cnt. El internet se limita únicamente su servicio a las escuelas y un Info-centro del Gad parroquial. La Televisión es un tanto mejor la señal, sin embargo se limita a pocos canales con el apoyo de proveedoras.

c. Ámbito ecológico territorial

1) Características climatológicas

Datos tomados de la estación Sangay Inamhi M041.

a) Temperatura

En la estación Sangay la temperatura máxima es de 27,6C, la temperatura mínima es de 16,9 y la temperatura mensual es de 21,8°, no existe variaciones extremas de cambios de temperatura de un mes a otro.

b) Precipitaciones

La precipitación anual en la estación es aproximadamente 4142,07 mm durante el año se registra una época lluviosos y otra menos lluviosa. La época menos lluviosa comprende los meses de Agosto y septiembre.

c) Humedad relativa

La humedad relativa en la zona es alta, tiene un valor promedio anual del 89,5%, el periodo donde la humedad relativa es baja corresponde a los meses de Agosto y septiembre; son los meses que corresponden a la época menos lluviosa.

d) Nubosidad

La nubosidad promedio anual es de 7 octavos. La nubosidad es bastante estable durante todo el año, los meses con nubosidad más baja son Agosto y septiembre, esto se debe a que son los meses de menor precipitación en el año.

2) Clasificación climática

El clima de la parroquia corresponde a lluvioso subtropical y se encuentra ubicado en el piso cálido. Por el régimen de la lluvia, esta región corresponde a un tipo de clima verdaderamente ecuatorial, recibe precipitaciones sobre los 3000 mm. Esta región no tiene estación seca, llueve durante todo el año, aunque registra un ligero verano en el mes de Agosto

3) Relieve

En esta formación se encuentran condiciones topográficas adversas, no son claramente aparentes para la agricultura, excepto aquellos derivados de material aluvial arrastrados de las mismas cordilleras y depositados sobre terrazas o bancos de los ríos.

Las pendientes son de 5 – 12 % que corresponde a pendientes suaves a ligeramente onduladas y 12 – 25 % correspondientes a pendiente moderadamente ondulado, en toda su extensión. Por lo que en zonas de pendientes medianas y fuertes que sean implantados cultivos agrícolas o ganadería tienen un problema de erosión por escorrentía de aguas lluvias, ya que al quedar descubiertos sin vegetación el suelo es arrastrado a los esteros y ríos, además el desmonte estas zonas provoca de inmediato un aumento en el flujo de los caudales, aumentando las cargas de sedimentos que provocan desbordes aguas abajo (Palora, 2014).

4) Geología

La parroquia está cubierta por la formación geológica corresponde a la formación Mera, la litología corresponde a conglomerados gruesos, tobas, arenas y arcillas; y a lo largo del río Pastaza corresponde a depósitos aluviales. El tipo de roca es sedimentaria de la época cuaternaria.

5) Clasificación agrológica

De acuerdo a los registros de temperatura y precipitación, esta parroquia corresponde a la formación ecológica de bosque muy húmedo Pre-Montano (b.m.h.P.M), a continuación se describe esta formación ecológica.

En esta zona de vida la altitud oscila entre los 600 m.s.n.m. y 2.000 m.s.n.m.; la temperatura promedio anual es de 18 C a los 24 °C; precipitación media anual entre 2.000 mm y 4.000 mm.

La alta pluviosidad de esta zona de vida, es la consecuencia de una superposición de lluvias de origen convencional de las partes bajas adyacentes y de lluvias de tipo orográfico originada por vientos que son obligados a ascender por estas vertientes. Mientras más radical es el cambio de la topografía, le región se vuelve más y más lluviosa.

El período seco se restringe a los meses de julio y Agosto. Este sobrante de lluvias está acompañado de una alta humedad relativa, debido a la mayor nubosidad y a la presencia de temperatura más frescas.

Los suelos de esta zona de vida tienen un gran potencial para forestación por las limitaciones de carácter climático.

6) Cobertura de suelos. Patrimonio natural

La excepcional riqueza de fauna y flora de la parroquia 16 de Agosto, es debido a su ubicación geográfica en la zona ecuatorial, la presencia de la cordillera andina, la influencia de las corrientes marinas procedentes de las costas pacíficas y su cercanía a la cordillera andina; da lugar a una orografía variada que ha permitido la formación de una gran variedad de ecosistemas.

Sin embargo en los últimos años se han producido significativos cambios sociales, organizativos y culturales de las etnias asentadas en la parroquia y un incremento de intereses externos, muchos de los cuales aumentan la presión sobre los recursos naturales del territorio, entre los cuales se puede mencionar:

- Procesos de asentamientos: abandono de la vida semi nómada con el consecuente aumento, en áreas delimitadas, de la cacería y la extracción de productos naturales.
- Crecimiento poblacional: aumento de necesidades alimenticias y por ende presión sobre los recursos naturales.
- Obtención de recursos económicos: tala del bosque.

7) Flora

Las especies de flora sobre todo maderables se han extinguido casi en su totalidad de esta zona por la explotación maderera, en la actualidad únicamente se puede encontrar árboles como el pihue y maderas suaves; con la consecuente pérdida de hábitats, y de este modo la fauna cuyas poblaciones han migrado o han desaparecido. Las plantas medicinales cumplen una función transcendental en la vida de las comunidades ya que en muchos casos es el único tratamiento accesible para los moradores de estos sectores. Sus habitantes se dedican principalmente a las labores agrícolas y ganaderas, fuente principal de sustento de la parroquia.

Tabla 5. Especies relevantes de flora.

	Nombre	Nombre científico	Usos
	Jengibre	<i>Zingiber officinale</i>	Dolor de estómago, dieta de embarazada
	Ajo sacha	<i>Mansoa alliacea</i>	Aromática
	ajo Shuar	<i>Shuar chicham</i>	Mal aire, diabetes, colesterol
	albaca Shuar	<i>Ocimum micranthum</i>	Dolor de estómago
Medicinal	Ayahuasca	<i>Banisteriopsis caapi</i>	Alucinógeno
	caña agria	<i>Cheilocostus speciosus</i>	Hinchazón, baños a vapor
	Canela	<i>Ocotea sp.</i>	Aromático
	Chugchuguazo	<i>Maytenus laevis</i>	Diarrea, dolor de estómago
	Guanto	<i>Datura arborea</i>	Tratamiento de fracturas
	Guaviduca	<i>Piper sp.</i>	Tratamiento de la piel

Guayusa	<i>Ilex guayusa</i>	Afrodisiaco y lavado estomacal
Hierba luisa	<i>Aloysia triphylla</i>	Aromática, baño a vapor
Jengibre	<i>Zingiber officinale</i>	Tratamiento de gripe y tos
Jiji		Congestión nasal
Llora	<i>Tachigali myrmecophila</i>	Diarrea
Malicagua	<i>Plantago major</i>	Fracturas, dolores musculares
Mariapan	<i>Artocarpus communis</i>	Tratamiento de golpes musculares
Menta Silvestre	<i>Mentha sylvestris</i>	Tratamiento de vías respiratorias
Ortiga	<i>Urtica</i>	Calambres y circulación de la sangre
Papa Shuar	<i>Achuar chicham</i>	Paperas
Piripri		Diarrea, tratamiento para niños
Sacha naranjilla	<i>Solanum quitoense</i>	Vaporizaciones
sangre de drago	<i>Crotón lechleri</i>	Desparasitante, cicatrizante, esteril
Santa maría	<i>Helicocereus speciosus</i>	Legumbre para ayampacos
Saragosa	<i>Conocarpus erectus</i>	Picadura de culebra y dolor de estomago
Tiatina		Baños de vapor
Uña de gato	<i>Uncaria tomentosa L</i>	Antiviral, anticancerígeno, riñones
Valeriana	<i>Valeriana officinalis</i>	Calmante para úlceras
Verbenas		Hongos, alergias, baños a vapor
Zahahoria shuar		Mal aire, lavado estomacal de niños
Zarzaparrilla	<i>Smilax aspera L.</i>	Desintoxicante

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

Tabla 6. Especies frutales y maderables representativas.

	Nombre común	Nombre científico
Frutales	Aguacate	<i>Persea americana mill</i>
	Arazá	<i>Eugenia stipitata</i>
	Caimito	<i>Chrysophyllum caimito</i>
	Capulí de monte	<i>Pseudolmedia sp.</i>
	Chirimoya	<i>Annona Cherimola</i>
	Chontaduro	<i>Bactris gasipaes Kunth.</i>
	Frutipan	<i>Artocarpus altilis</i>
	Granadilla	<i>Passiflora ligularis</i>
	Guaba	<i>Inga sp.</i>
	Guayaba	<i>Psidium guajava</i>
	Limón	<i>Citrus limón</i>
	Mandarina	<i>Citrus reticulate</i>
	Maní de monte	<i>Sacha inchi</i>
	Naranja	<i>Citrus aurantium</i>
	Naranjilla	<i>Solanum quitoense</i>
	Papaya	<i>Papaya Carica</i>
	Pitajaya	<i>Stenocereus queretaroensis</i>
	Pomarrosa	<i>Eugenia jambos</i>
	Pambil	<i>Wettinia mayensis</i>
	Tachi	<i>Tachigali myrmecophila</i>
	Tamburo	<i>Vochysia leguiana</i>
	Tucuta	<i>Phyllostylon rhamnoides</i>
	Tagua	<i>Microcarphas Phitelephas</i>
	Ungurahua	<i>Oenocarpus bataua</i>
	Uva de monte	<i>Pouroma Minor</i>
	Zapote	<i>Matisia cordata</i>
Maderables	Aguano	<i>Swietenia macrophylla</i>
	Balsamo	<i>Myroxylon pereirae</i>
	Caimito	<i>Chrysophyllum caimito</i>
	Canelo	<i>Drimys winteri</i>
	Cedro	<i>Cedrus</i>
	Ceibo	<i>Erythrina crista-galli</i>
	Copal	<i>Protium copal</i>
	cuero de sapo	<i>Gyranthera micrantha</i>
	Guabo	<i>Feuillea edulis</i>
	Guarumo	<i>Cecropia peltata</i>

Nombre común	Nombre científico
Guayabillo	<i>Guettarda calyptrata</i>
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>
Manzano	<i>Malus domestica</i>
Moral	<i>Morus nigra</i>
Pambil	<i>Wettinia mayensis</i>
Tachi	<i>Tachigali myrmecophila</i>
Tamburo	<i>Vochysia leguiana</i>
Tucuta	<i>Wettinia mayensis</i>

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

8) Fauna

Las especies más representativas de fauna son muy difíciles de observar en la actualidad, siendo las más comunes guantas, guatusas y armadillos. Los anfibios como ranas y sapos han desaparecido de igual forma, comprobando que se ha producido un cambio en las condiciones climáticas y físico- químicas de la zona. Sin embargo se pueden encontrar varias especies típicas de la Amazonía aunque en reducidas poblaciones como las que se presentan a continuación:

Tabla 7. Especies de fauna.

	Nombre común	Nombre científico
Mamíferos	Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>
	Sajino	<i>Tayassu tajacu</i>
	Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga tridactyla</i>
	Armadillo	<i>Cabassous inicitus</i>
	Guanta	<i>Gouti taezanowskii</i>
	Conejo Silvestre	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
	Puerco espín	<i>Echinoprocta rufescens</i>
	Cabeza de mate	<i>Eira Barbara</i>
	Perro del monte	<i>Speothos venaticus</i>
	Oso perezoso	<i>Melursus ursinus</i>
	Nutria	<i>Lontra longicaudis</i>
	Tinamú grande	
	Mono ardilla	
	Tinamú chico	
	Ardilla de cola roja	
	Guatín rojo	
	Mono ardilla	
	Armadillo de 9 bandas	
	Chichico de manto rojo	
	Mono aullador	
Mono capuchino negro		
Cotoncillo rojo		
Caimán		
Chachalaca		
	Nombre común	Nombre científico
Mamíferos	Amazona coroni amarilla	
	Mono lanudo	
	Parahuaco	
	Mono araña	
	Mono chorongo	
	Mono capuchino blanco	
	Tapir amazónico	
	Jaguar	
	Mono aullador Colorado	
	Caimán	
	Armadillo gigante	
	Pavón de Salvin	

Peces	Kamarui Gancho rojo	<i>Myleus rubripinnis</i>
	Boquichico del Oriente	<i>Prochilodus nigricans</i>
	Raya de agua dulce	<i>Potamotrygon sp.</i>
	Bagre	<i>Pimelodella sp.</i>
	Camarón	<i>Trachipenaeus sp.</i>
	Piraña	<i>Serrasalmus sp.</i>
	Carachama	<i>Hypostomus sp.</i>
	Anguila eléctrica	<i>Electrophorus electricus</i>
	Bagre de río dulce	
	Urik Cangrejo pequeño	<i>Ucides sp.</i>

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

Tabla 8. Especies representativas de aves y reptiles.

	Nombre común	Nombre científico
Aves	Gavilán pizarroso	<i>Leucopternis schistacea</i>
	Batará lineado	<i>Cymbilaimus lineatus</i>
	Tinamú ondulado	<i>Crypturellus undulates</i>
	Trepatroncos golianteado	<i>Xiphorhynchus guttatus</i>
	Carpintero	<i>Campephilus sp.</i>
	Loro cabeciazul	<i>Pionus menstruus</i>
	Garzón cocoa	<i>Ardea cocoa</i>
	Tinamú grande	<i>Tinamus mayor</i>
	Chachalaca jaspeada	<i>Ortalis guttata</i>
	Hormiguero gorjeador	<i>Hypocnemis cantator</i>
	Águila crestada	<i>Morphnus guianensis</i>
	Garrapatero piquiliso	<i>Crotophaga ani</i>
	Tinamú goliblanco	<i>Tinamus guttatus</i>
	Pavón nocturne	<i>Nothocrax urumutum</i>
	Corcovado de estrellas	<i>Odontophorus stellatus</i>
	Paloma frentigrís	<i>Leptotila rufaxilla</i>
	Guacamayo rojo y verde	<i>Ara chloroptera</i>
	Paloma plumiza	<i>Columba plumbea</i>
	Gallinazo rey	<i>Sarcoramphus papa</i>
	Perico ligero	<i>Choloepus hoffmanni</i>
Anfibios y reptiles	Pecarí de collar	
	Trompetero aligrís	
	Tucán goliblanco	
	Tucán goliblanco	
	Charap Tortuga de agua	<i>Podocnemis expansa</i>
	Kintia panki Anaconda	<i>Eunectes murinus</i>
	Kunkuim Tortuga terrestre	<i>Geochelone denticulate</i>
	Makanch Culebra equis	<i>Bothrops atrox</i>
	Makanch panki Culebra -	
	Matamat Tortuga matamata	<i>Chelus fimbriatus</i>
	Pirua Tortuga terrestre de patas	<i>Geochelone carbonaria</i>
	Lagartija pequeña común	
	Sapo crestado	<i>Bufo margaritifera</i>
	Clase de rana arborícola	<i>Hyla triangulum</i>
	Caimán negro	<i>Cachirre Paleosuchus</i>
Boa del monte -		
Lagartija grande -		

Lagartija de jardín	<i>Pholidobolus montium</i>
Iguana	<i>Tropidurus flaviceps</i>
Coral Micrurus sp.	
Tortuga cabeza de serpiente	<i>Platemys platycephala</i>
Caimán blanco Caiman	<i>crocodilus fuscus</i>
Cangrejo rojo	<i>Ucides occidentalis</i>

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

9) Paisaje

El turismo puede tener efectos positivos y negativos. El desarrollo y la operación inapropiados del turismo pueden degradar el hábitat y los paisajes, agotar los recursos naturales y generar desperdicios y contaminación. En contraste, el turismo responsable puede ayudar a crear conciencia sobre y apoyo para la conservación y la cultura local, además de llevar consigo oportunidades económicas a los países y las comunidades. Por lo que es importante tomar medidas para reducir los impactos negativos y estimular el turismo responsable, que mejore no solo la calidad de vida sino también los recursos naturales y culturales de los lugares de destino turístico.

d. Económico productivo

En el cuadro a continuación se puede observar la participación de la población económicamente activa (PEA) en la población total, a nivel de cada una de las comunidades de la parroquia, de lo cual se destaca que prácticamente constituye un poco más de la tercera parte. Por comunidad tiene una composición diferenciada lo cual se explica por la estructura por edades, considerando que un 45% están en edad temprana y escolar, y el rol cultural que tiene la mujer en la familia, que se refleja en una tasa de inserción en la PEA de apenas un 23%.

Tabla 9. PEA por género de la parroquia.

	Comunidad	Hombres	Mujeres
1	Cabecera Parroquial	52%	20%
2	Chai	41%	9%
3	Tunaimi	48%	28%
4	Nantar	30%	10%
5	Shiram Entsa	44%	40%
6	Kuakash	42%	29%
7	Yankuan	38%	21%
8	Kunamp	44%	33%
9	San José Palora	43%	24%
10	Shiram Pastaza	50%	35%
11	Santa Inés	40%	30%
12	San Ramón	52%	23%
13	Tawasap	29%	9%
14	San Antonio	25%	8%
15	Katsua	28%	7%
16	Yawintsa	45%	18%

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

1) Actividades Productivas Agrícolas (Upas)

En el territorio de la parroquia 16 de Agosto se identifica los siguientes productos y servicios, que se detalla: caña de azúcar la misma que se convierte en el sustento de las familias especialmente de las comunidades, también papa china, malanga, y la actividad ganadera con su principal producto la leche.

Dentro de las productivas agropecuarias en la parroquia 16 de Agosto, de acuerdo a la información proporcionada por los habitantes de cada una de las comunidades que integran la parroquia 16 de Agosto, se concluye que no existen unidades productivas, únicamente la asociaciones ganaderos productores de leche (Palora, 2014).

2) Turismo

Hay que entender al paisaje como un recurso productivo que puede ser aprovechado sosteniblemente desde muchas alternativas como es el ecoturismo, zonas de esparcimiento local etc. El turismo es la industria más grande del mundo, representa más del 10% de todo el empleo y el 11% del PIB mundial, y se prevé que el valor total de los viajes de turismo aumentará a 1600 millones de dólares en 2020. El turismo tiene, en tal virtud, un gran y creciente impacto tanto en los pueblos como en la naturaleza.

En la parroquia 16 de Agosto la extracción del bosque primario ha deteriorado los ecosistemas naturales. Sin embargo el paisaje de la parroquia esta enriquecido por el recurso hídrico en cuerpos de agua como ríos, esteros y cascadas; esto determina que es el sector turístico que debe ser tomado en cuenta como ingreso de recursos económicos para las comunidades. Además cuenta con varios potenciales en el aprovechamiento del paisaje como son los distintos miradores que tenemos hacia el Río Pastaza, con las desembocaduras de los Ríos Palora, Nayanmak y Yawints en el Pastaza.

Es importante indicar los pasos que han dado las comunidades de Twasap y Nantar, formando el turismo ecológico comunitario a través del cual han receptado turistas nacionales y extranjeros, incluido con Programas de Voluntariado con los Estudiantes Extranjeros para la enseñanza del idioma Inglés con los estudiantes de escuelas, colegios, profesores y adultos de las comunidades. Siendo el atractivo principal el bosque primario con el avistamiento de aves, mamíferos y flora propia de esta región amazónica, convirtiéndose en un lugar para descansar en contacto con la naturaleza (Palora, 2014).

La diversidad cultural en la Parroquia 16 de Agosto se ve reflejada en su patrimonio natural y cultural expresado desde sus costumbres y tradiciones ancestrales de la nacionalidad Shuar, la cultura Macabea, y habitantes migrantes de las provincias de Azuay y Cañar siendo las más representativas de la localidad.

e. Ámbito político administrativo

1) Administración interna

El GAD Parroquial de 16 de Agosto cuenta con el siguiente Consejo de Planificación:

Tabla 10. Mapeo actores públicos sociedad civil.

No.	Descripción	Cargo
1	Tec. Luis Edgar Padilla Calle	Presidente del GADPR
2	Sr. Rubén Shacay	Vicepresidente
3	Sr. Romario Rivera Morocho	Vocal de la Junta Parroquial
4	Sr. Guillermo Godoy Gómez	Vocal de la Junta Parroquial
5	Sr. Martín José Chamik Piruch	Vocal de la Junta Parroquial
6	Sra. Maritza Heras Castro	Auxiliar
7	Sr. Gonzalo Moyon	Secretario – Tesorero
8	Sra. Guadalupe Procel	Asistente Infocentro

Nota: PDOT cantón Palora, 2015.

2) Apoyo interinstitucional en la parroquia 16 de Agosto

En la parroquia 16 de Agosto, en tres de sus comunidades, Tunaimi, Chai, Santa Inés, se encuentra mayoritariamente la población shuar, mientras que, en las otras habitantes mestizos, en su mayoría.

Frente a la integración entre la nacionalidad Shuar y los mestizos, muestran cierto tipo de integración en cuanto al desarrollo de la parroquia se refiere, mientras que para la representación de sus costumbres y tradiciones lo realizan de manera individual y en sus territorios; desde la perspectiva del GAD se considera que al participar y formar parte de la Agenda Nacional para la Igualdad de las Nacionalidades y Pueblos, ayudará a la integración de estas importantes culturas que hoy habitan en la parroquia 16 de Agosto con el propósito de integrarlos y compartir el intercambio cultural y sobre todo direccionar el respeto a la diversidad.

2. Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales

a. Resumen Atractivos naturales y culturales

Tabla 11. Resumen Atractivos naturales y culturales.

Ficha	Atractivo	Categoría	Tipo	Sub tipo	Jerarquía	Punt.	Descripción
1	Cascada Sekonia	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	2	40	Para el ingreso a la cascada se tiene que atravesar un potrero, en el que aún se conservan varios árboles endémicos. Especies frutales como el pito y el limón destacan entre las más comunes. En las mañanas, bandadas de pericos riñen, arman alboroto y vuelan de un lado para el otro emitiendo sus sonidos característicos.
2	Cascada Gemelas	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	2	48	Pasando el puente del río Malikahua, existe una Y con señalética de madera, se debe seguir recto durante al menos 5 minutos, hasta llegar a pequeño desvío en dirección hacia unos potreros. Cinco minutos más tarde, se llega hasta una casa de campo propiedad del Sr. Juan Díaz, quien gustosamente conduce a los visitantes por el sendero.
3	Mirador Pastaza	rio Sitios Naturales	Bosques	Ceja de montaña	3	54	Después de aproximadamente 15 minutos de caminata se encuentra el mirador al río Pastaza, observando el lado izquierdo, está el puente por el que se ingresa a Palora, por el derecho apenas se pueden apreciar las míticas cuevas de los tallos.
4	Sendero Paraíso	Sitios Naturales	Bosques	Húmedo tropical	3	53	Varias especies forestales representativas de la zona se encuentran en este lugar, sobre todo palmas de distinto géneros, guarumos, entre otras, así como también vistosas aves y hermosa flora como bromelias de varios colores, picos de loro y otras especies singulares e interesantes.
5	Río y Dique Paraíso	Sitios Naturales	Ríos	Riachuelos	3	53	El río casi pasa desapercibido, su caudal es reducido, pero al bordearlo y acercarse al dique situado junto al centro de hospedaje, se puede apreciar mejor este interesante lugar de quietud, poco transitado. Actualmente se encuentra realizando mejoras en el lugar, específicamente para el dique.
6	Río Malikahua	Sitios Naturales	Ríos	Río	2	48	Pasando el puente del río Malikahua, existe una Y con señalética de madera, se debe seguir recto durante al menos 5 minutos, hasta llegar a pequeño desvío en dirección hacia unos potreros. Cinco minutos más tarde, se llega hasta una casa de campo propiedad del Sr. Juan Díaz, quien gustosamente conduce a los visitantes por el sendero.
7	Danza típica	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural	Música y danza	2	45	La danza en la actualidad es representada con variaciones, denotando un sentido más artístico y moderno, demostrada inclusive en los trajes que se elaboran en la actualidad.

Ficha	Atractivo	Categoría	Tipo	Sub tipo	Jerarquía	Punt.	Descripción	
			y popular					
8	Elaboración de artesanías	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Artesanías artes	y	2	47	Las artesanías en la actualidad combinan técnicas antiguas y modernas. Entre los tejidos encontramos la wambía, la atarraya y las hamacas. Todos los tejidos se elaboran con la utilización de quinchas de guadua e hilos de diferente grosor. Las pulseras se confeccionan con mullos naturales (generalmente) teñidos de diversos colores, utilizando la técnica de elaboración antigua e hilo nylon.
9	Vestimenta	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Artesanías artes	y	2	36	Tanto hombres como mujeres tienen solamente una prenda de vestir. Confeccionaban una nueva cuando era necesario. No les importa si se moja, ya que estas prendas se secan rápido considerando su tamaño y las condiciones favorables del clima.
10	Cuentos y leyendas	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones creencias populares	y	2	45	Los cuentos y las leyendas hablan sobre seres mitológicos, los más populares cuentan la vida del sol y la luna cuando fueron humanos (Itsa y Nantu). Estas historias hablan de las hazañas de valerosos guerreros o simplemente de Shuaras que lograron vengarse de sus enemigos como parte fundamental dentro de su forma de vida.
11	Comidas y bebidas típicas	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía		2	43	Tradicionalmente se elaboran con carne de animales de la zona como guatas, armadillos o peces como la famosa carachama, a la que se agregaba palmito en tozos u hojas tiernas de yuca y se las acompañaba con yuca, papa china y verde, servidos en un plato independiente, a los que se puede agregar ají en polvo.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Análisis

Se encontraron en la parroquia 16 de Agosto 11 atractivos, el 55% son atractivos naturales y 45% atractivos culturales. Detallado la clasificación por tipos en los atractivos naturales corresponde el 60% ríos y el 40% bosques, y en las manifestaciones culturales el 20% son de sub tipo música y danza el 40% artesanías y artes, el 20% fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares, y el 20% a gastronomía.

B. ESTUDIO DE MERCADO DE LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO

1. Análisis de la oferta turística

a. Atractivos y actividades turísticas

La parroquia 16 de Agosto cuenta con sitios naturales los cuales son: cascadas gemelas, miradores, río Pastaza, sendero Paraíso, cascada Sekonia y río Malikahua en relación a los sitios culturales cuenta con el Balneario, el Bosque, vestimenta y gastronomía.

Los habitantes del sector están interesados en la actividad turística, pero les falta asesoramiento en temas de turismo para involucrarse en las actividades.

b. Productos turísticos

En el cantón Palora no existen agencias de viaje ni operadoras turísticas para ofertar los productos.

c. Planta turística del cantón Palora

Actualmente en el cantón Palora se encuentran funcionando legalmente 7 establecimientos prestadores de servicio turísticos los cuales el 39% prestan servicios de alojamiento, 61% alimentos y bebidas y 15% centros de recreación y descanso.

1) Establecimientos de hospedaje

Tabla 12. Establecimientos de hospedaje.

Nombre	Dirección	Tipo	Categoría	Capacidad
Sol de oriente	Av. Cumandá y Policía Nacional	Hostal	2	68 personas 28 habitaciones
Palora	Av. Ibarra y 14 de Febrero	Hotel	4	45 personas 30 habitaciones
El Imperio	Av. Ibarra y Morona Santiago	Hotel	3	100 persona 40 habitaciones
Finca La Esperanza	Vía a Puyo km 4 y ½	Hostería	2	60 personas (habitaciones y cabañas)
Centro turístico comunitario Twasap	Comunidad de Twasap	Centro de turismo comunitario	3	20 personas

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

2) Establecimientos de restauración

Tabla 13. Establecimientos de alimentos y bebidas.

Nombre	Dirección	Tipo	Categoría	Capacidad
s/n	Av. Cumandá y policía nacional	Fuente de soda	3	20 personas
s/n	Av. Cumandá y policía nacional	Fuente de soda	3	15 personas
Habichuelas	Vía a Puyo km 4 y ½	Restaurant	2	60 personas

Nombre	Dirección	Tipo	Categoría	Capacidad
Rosita	Av. Cumandá y Carlos Alzamora	Restaurant	3	35 personas
Rincón Costeño	Av. Cumandá y Amazonas	Restaurant	3	20 personas
Tijuana	Policía Nacional	Restaurant	2	20 personas
La Familia	Av. Cumandá y Policía Nacional	Restaurant	3	40 personas
Casviz	Av. Cumandá y Policía Nacional	Restaurant	3	25 personas
Sol de Oriente	Av. Cumandá y Policía Nacional	Restaurant	2	40 personas
Los Pioneros	Av. Cumandá y Policía Nacional	Fuente de soda	3	12 personas
Comidas rápidas	Av. Cumandá y 6 de Septiembre	Picantería	4	20 personas
Manabí Gourmet	Av. Cumandá y Carlos Alzamora	Marisquería/ Restaurante	2	20 personas
Candela	Policía Nacional y 6 de Septiembre	Restaurante	4	20 personas
Gloria	Av. Cumandá y Policía Nacional	Picantería	4	20 personas
s/n	Juan León mera y 14 de febrero.	Fuente de soda	3	10 personas
s/n	Av. Cumandá	Fuente de soda	3	20 personas

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

3) Lugares de recreación/esparcimiento

Tabla 14. Establecimientos de recreación y esparcimiento.

Nombre	Dirección	Tipo	Categoría
San Luis	Av. Cumandá junto al puente del río Metzeras.	Balneario	2
Rincón Amazónico	Av. Cumandá entrada a Palora	Balneario	2

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

4) Bares y discotecas

Tabla 15. Establecimientos Discotecas y bares.

Nombre	Dirección	Tipo	Categoría
La Hueca	Morona Santiago y Carlos Alzamora	Disco bar	3
Media Luna	Km ½ vía a Numbaima	Disco bar	3
Pluto	Av. Cumandá y Carlos Alzamora	Bar	3
Rumba	Oriente y Amazonas	Bar karaoke	3

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

5) Transporte

Tabla 16. Frecuencia del transporte interprovincial.

Del Puyo a Palora			
Cooperativa	Frecuencia		
	Mañana	Tarde	
Centinela del oriente			02:30 pm
		08:00 am	04:30 pm
		09:30 am	05:30 pm
		12:30 am	06:30 pm
			07:30 pm
De Palora a otros destinos			
Cooperativa	Frecuencia	Destino	
Centinela del oriente	Mañana:	03:00 am	Quito

	06:00 am	
	08:00 am	
	09:00am	Puyo
	11:30 am	
Tarde:	03:00 pm	
	04:00pm	Puyo
	05:00 pm	
	06:00 pm	

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Tabla 17. Cooperativas de taxis.

Cooperativa	Contacto	Tipo	Observaciones	Costos
Amundalo				
Dirección: Av. Cumanda mercado central	(032) 312232	Camioneta	Normalmente la atención inicia a las 7:00 hasta las 18:00. Se puede hacer contrato previamente con un chofer para visitar varios destinos, independientemente de la hora. En días festivos trabajan las 24 horas.	Dentro de la ciudad: \$1 Dentro del cantón: Los costos varían desde \$5 hasta \$50 según el destino.
22 de Junio				
Dirección: Av. Cumandá frente al coliseo.	(032) 312331	Camioneta		

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

2. Análisis de la demanda turística

a. Resultados del estudio de la demanda

1) Turistas

a) Género

Tabla 18. Género.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Masculino	89	46%	112	53%
Femenino	76	54%	98	47%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

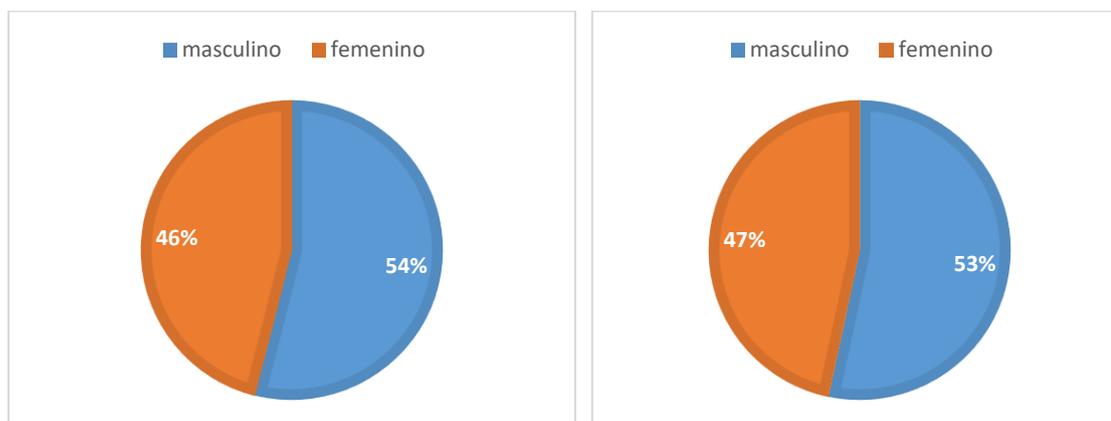


Gráfico 2. Género personas encuestadas.

Análisis: El 54% de la demanda de turistas nacionales pertenecen al género masculino y el 46% al género femenino. Mientras tanto, en los turistas extranjeros el 53% son de género masculino y el 47% de género femenino.

b) Rangos de edad

Tabla 19. Edad

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
15 – 25 años	40	24%	36	17%
26 – 35 años	55	33%	58	28%
36 – 45 años	30	18%	60	29%
46 – 55 años	27	17%	30	14%
56 – 0 mas	13	8%	26	12%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

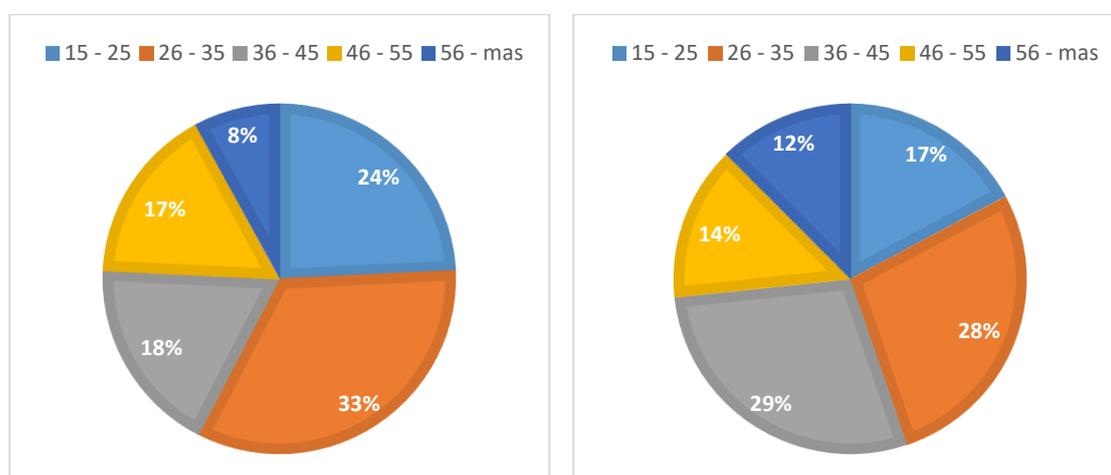


Gráfico 3. Edad de las personas encuestadas.

Análisis: Se determinó que la edad más usual de los turistas nacionales es de 26 – 35 años con el 33%, seguida por el rango de 15 - 25 años con el 24%; mientras que los turistas extranjeros presentan en un 29% un rango de edad de 36 – 45 años y el 28% de 26 – 35 años.

c) Lugar de procedencia

Tabla 20. Procedencia

	Nacionales		Variable	Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)		Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Pichincha	53	32%	Canadá	44	21%
Chimborazo	21	13%	Bélgica	20	10%
Guayaquil	31	19%	Australia	18	9%
Tungurahua	22	13%	Argentina	18	9%
Cotopaxi	20	12%	Colombia	28	13%
Los Ríos	9	5%	Suiza	27	13%
Loja	9	5%	Estados unidos	26	12%
Total	165	100%	Reino Unido	17	8%
			México	12	6%
			Total	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

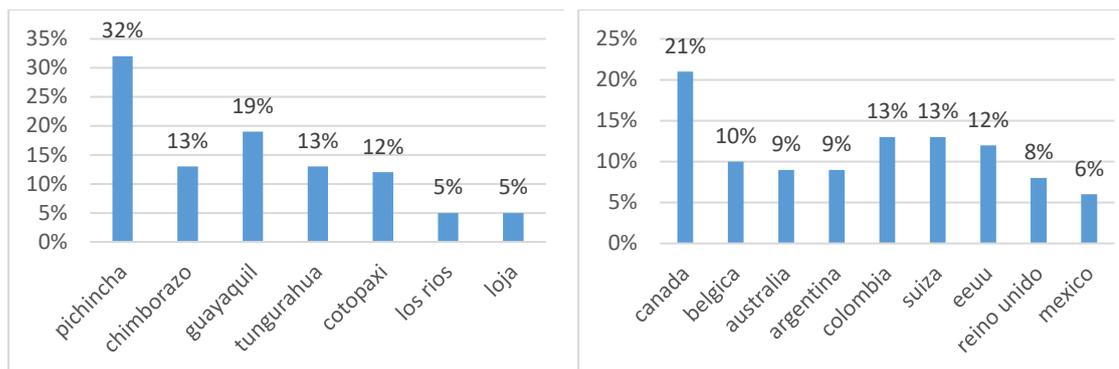


Gráfico 4. Procedencia de las personas encuestadas.

Análisis: En relación al lugar de procedencia de los turistas nacionales en su mayoría provienen de la provincia de Pichincha en un 32%, seguidos por Guayaquil con el 19%. Por su parte los turistas extranjeros provienen principalmente de Canadá en un 21%, seguido por Colombia y Suiza con un 13% respectivamente.

d) Conocimiento de la parroquia 16 de Agosto del cantón Palora

Tabla 21. Conocimiento de la parroquia 16 de Agosto del cantón Palora.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Si	110	67%	108	51%
No	55	33%	102	49%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

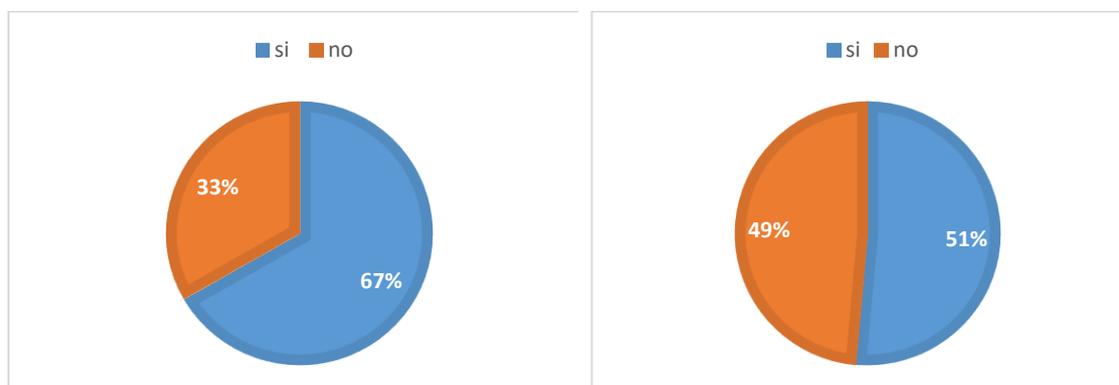


Gráfico 5. Conocimiento de la parroquia de las personas encuestadas.

Análisis: Los turistas nacionales encuestados manifiestan que si conocen la parroquia en un 67%, por su parte los turistas extranjeros determinaron que el 51% la conocen.

e) Interés en visitar la parroquia 16 de Agosto del cantón Palora

Tabla 22. Interés en visitar la parroquia 16 de Agosto del cantón Palora.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Si	160	97%	205	98%
No	5	3%	5	2%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018



Gráfico 6. Interés en visitar la parroquia de las personas encuestadas.

Análisis: Se obtuvo que el 97% de turistas nacionales desean visitar la parroquia, por su lado el 98% de turistas extranjeros también desean visitarla.

f) Servicios que le gustaría utilizar

Tabla 23. Servicios que le gustaría utilizar.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Alimentación	42	25%	45	21%
Hospedaje	34	21%	67	32%
Guianza	34	21%	34	16%
Otros	55	33%	64	31%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

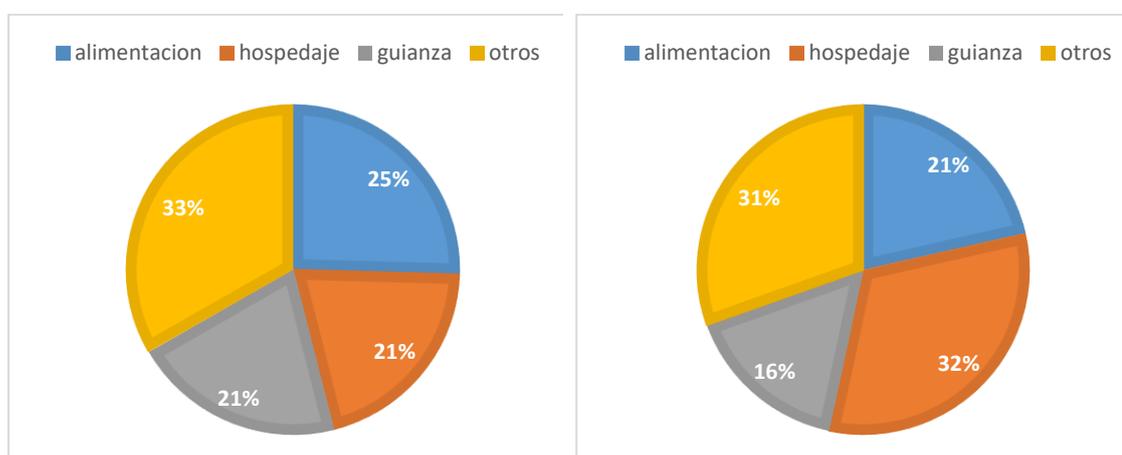


Gráfico 7. Servicios que le gustaría utilizar a las personas encuestadas.

Análisis: Del total de personas encuestadas referente a turistas nacionales se obtuvo que desean contar con servicios de alimentación en un 25%, seguidos de otros servicios con el 33%. Mientras que los turistas extranjeros manifiestan que desean servicios de hospedaje en un 32% y otros servicios en un 31%.

g) Actividades que les gustaría realizar

Tabla 24. Actividades que les gustaría realizar.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Recorridos en granja	39	24%	60	29%
Turismo vivencial	34	21%	55	26%
Caminatas por selva	20	12%	23	11%
Ciclismo	20	12%	25	12%
Birdwatch	12	7%	15	7%
Agroturismo	40	24%	32	15%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

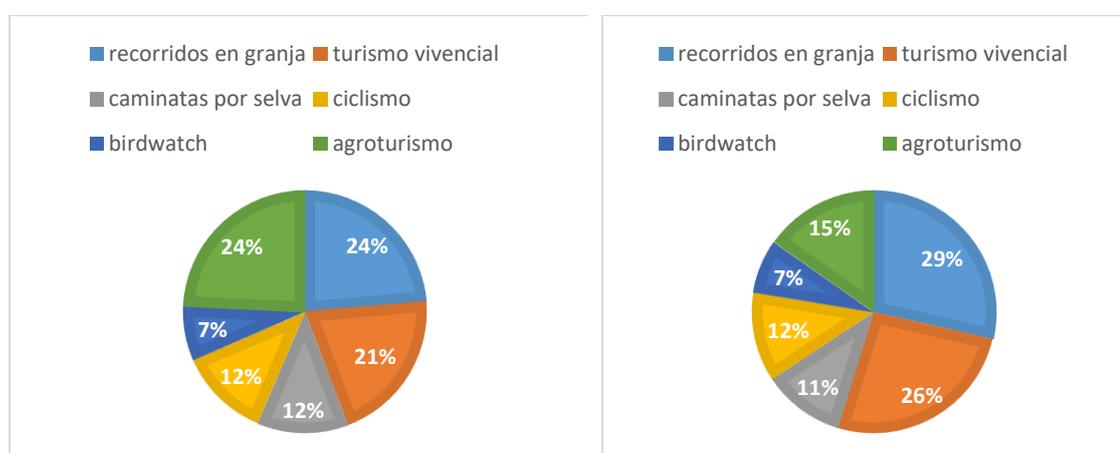


Gráfico 8. Actividades que les gustaría realizar a las personas encuestadas.

Análisis: Los turistas nacionales indican que desean realizar actividades de recorridos en granjas y agroturismo en un 24%, además de turismo vivencial en un 21%. Por su parte los turistas extranjeros desean realizar actividades de recorridos en granjas en un 29%, turismo vivencial en un 26% y agroturismo en un 15%.

h) Tipo de alimentación le gustaría degustar

Tabla 25. Tipo de alimentación le gustaría degustar.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Típica de la zona	115	70%	110	52%
Vegetariana	15	9%	56	27%
Nacional	35	21%	34	16%
Internacional	0	0%	10	5%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

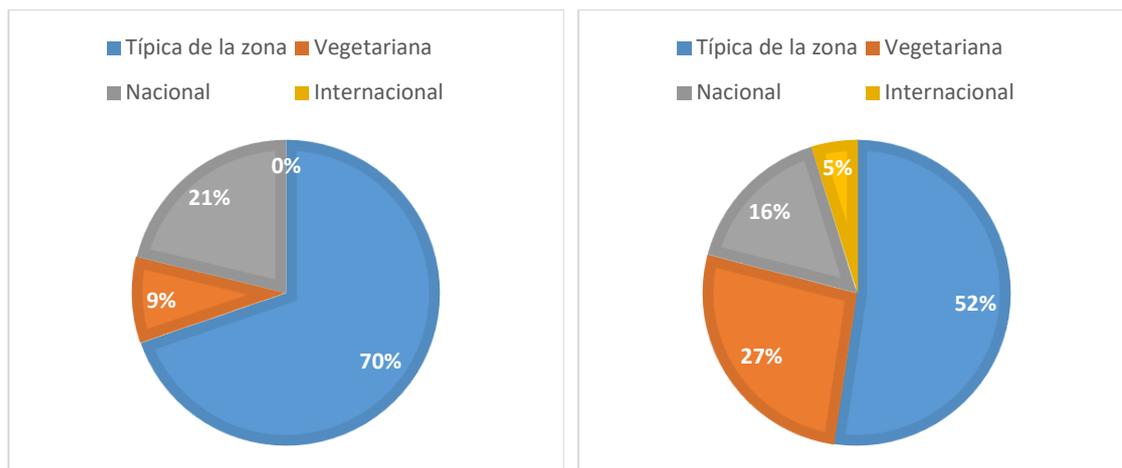


Gráfico 9. Tipo de alimentación le gustaría degustar a las personas encuestadas.

Análisis: Se obtuvo que los turistas nacionales desean alimentación típica de la zona en un 70% y los turistas extranjeros igualmente desean alimentación típica de la zona en un 52% y vegetariana en un 27%.

i) Promedio de estadía por viaje

Tabla 26. Promedio de estadía por viaje.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
1 Día	77	47%	85	41%
2 - 3 Días	40	24%	55	26%
4 - 5 Días	24	14%	43	20%
Más de 5 Días	24	15%	27	13%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

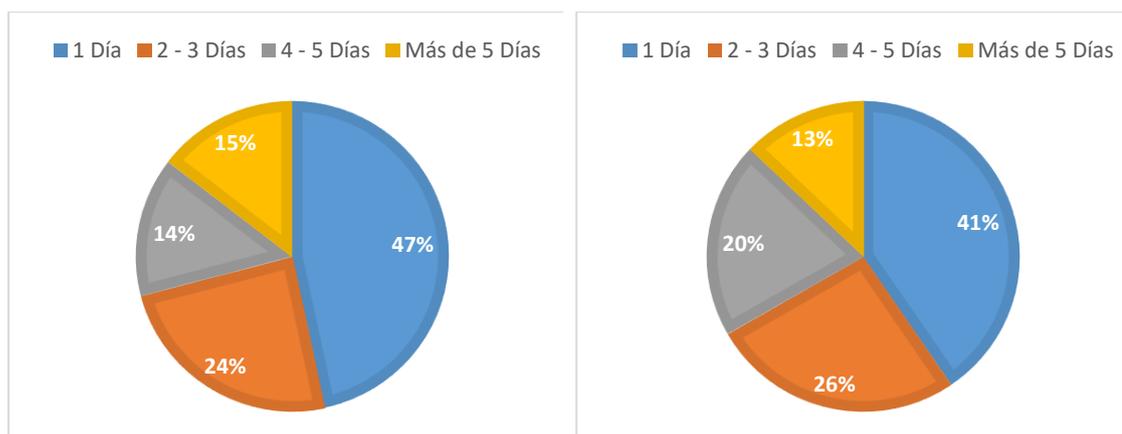


Gráfico 10. Promedio de estadía por viaje de las personas encuestadas.

Análisis: De acuerdo a las encuestas realizadas los turistas nacionales tienen un promedio de estadía de 1 día en un 47%, mientras que los turistas extranjeros de igual forma se quedan 1 día en un 41%.

j) Acompañamiento de viaje

Tabla 27. Acompañamiento de viaje.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Solo	38	23%	30	14%
Familia	27	16%	13	6%
Pareja	33	20%	42	20%
Amigos	43	26%	55	26%
Tour contratado	14	9%	25	12%
Guía privado	10	6%	45	22%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

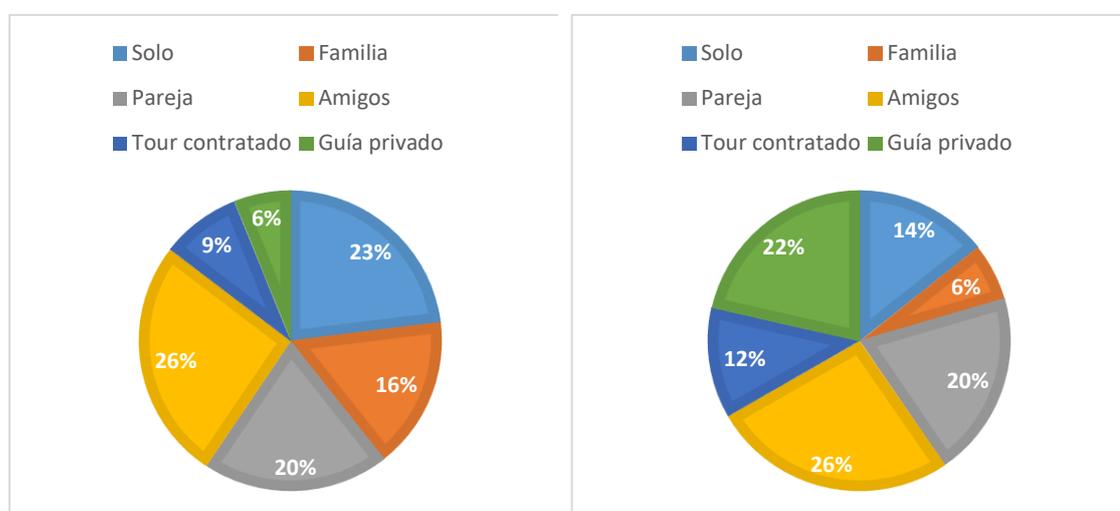


Gráfico 11. Acompañamiento de viaje de las personas encuestadas.

Análisis: En el acompañamiento de viaje de los turistas nacionales mayormente es el 26% con amigos, y el 23% solos. Mientras que los turistas extranjeros su acompañamiento es el 26% con amigos, y el 20% en pareja.

k) Gasto por día

Tabla 28. Gasto por día.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
De 20 a 40 dólares	95	58%	102	49%
De 41 a 70 dólares	45	27%	65	31%
Más de 71 dólares	25	15%	43	20%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

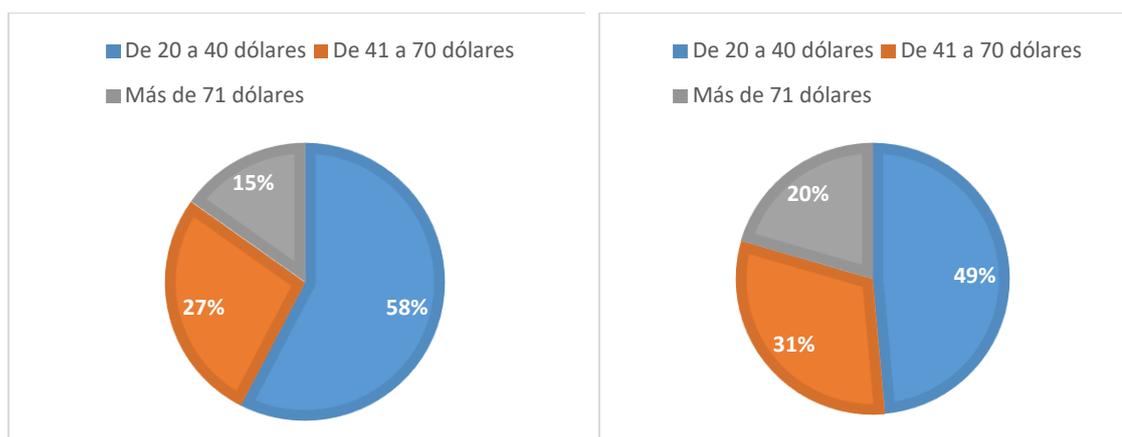


Gráfico 12. Gasto por día de las personas encuestadas.

Análisis: Del total de encuestados manifestaron que su gasto por día por persona es de 20 a 40 dólares en un 49%. Mientras que los turistas extranjeros su gasto por día el 49% de 20 a 40 dólares.

l) Medio utilizado para viajar

Tabla 29. Medio utilizado para viajar.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Agencia de viajes	100	61%	165	79%
Independiente	65	39%	45	21%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

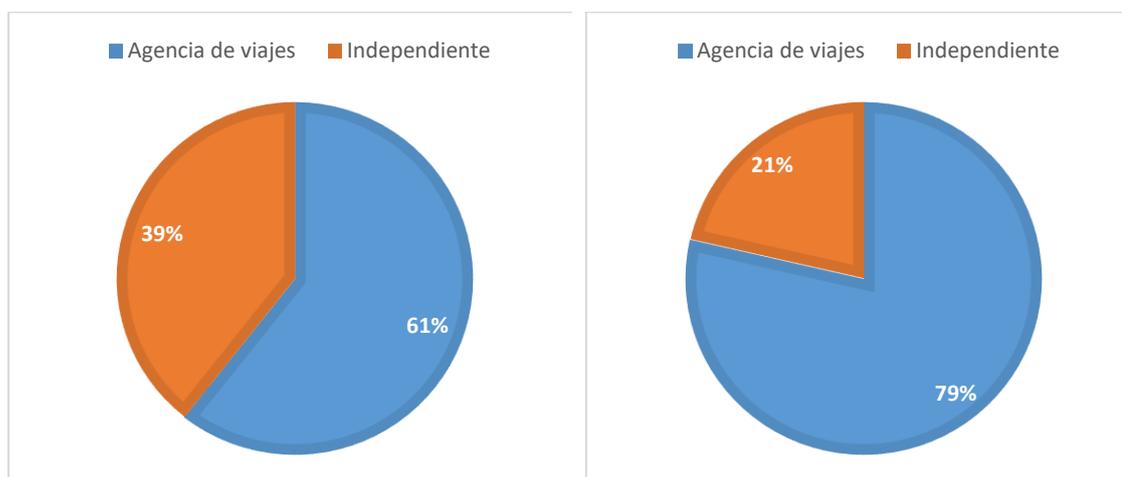


Gráfico 13. Medio utilizado para viajar de las personas encuestadas.

Análisis: Del total de encuestados de turistas nacionales el 61% utilizan agencias de viaje como medio para viajar. Mientras que el 79% de turistas extranjeros igualmente hacen uso de agencias.

m) Medio de publicidad

Tabla 30. Medio de publicidad.

	Nacionales		Extranjeros	
	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Radio	20	12%	34	16%
Tv	10	6%	20	10%
Prensa	5	3%	30	14%
Internet	96	58%	80	38%
Amigos	30	18%	18	9%
Otros	4	3%	28	13%
Total	165	100%	210	100%

Nota: Trabajo de campo, 2018

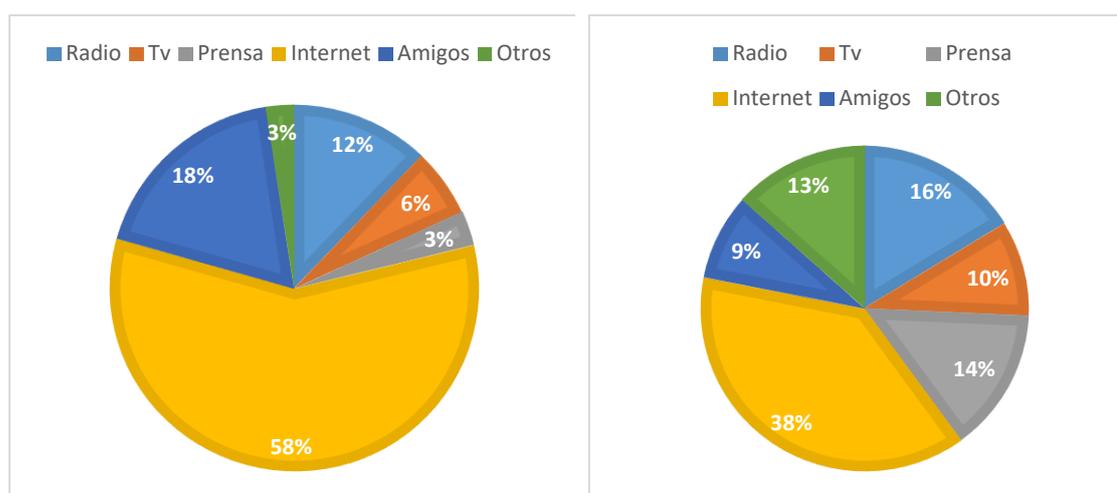


Gráfico 14. Medio de publicidad de las personas encuestadas.

Análisis: El 58% de los turistas nacionales prefieren como medio de información el internet, además de un 18% por amigos. Por su parte los turistas extranjeros manifestaron que el 38% les gustaría el medio de publicidad de internet.

2) Perfil del turista

Tabla 31. Perfil del turista

	Nacionales		Extranjeros	
Género	Masculino	46%	Masculino	53%
	Femenino	54%	Femenino	47%
Edad	26 – 35 años	33%	36 – 45 años	29%
Procedencia	Pichincha	32%	Canadá	21%
Conocimiento de la parroquia	Si	67%	Si	51%
Interés en visitar la parroquia	Si	97%	Si	98%
Servicios que le gustaría utilizar	Alimentación	25%	Hospedaje	32%
	Recorridos en granja	24%	Recorridos en granja	29%
	Turismo vivencial	21%	Turismo vivencial	26%
	Caminatas por selva	12%	Caminatas por selva	11%
Actividades que les gustaría realizar	Ciclismo	12%	Ciclismo	12%
	Birdwatch	7%	Birdwatch	7%
	Agroturismo	24%	Agroturismo	15%
	Típica de la zona	70%	Típica de la zona	52%
Tipo de alimentación			Vegetariana	27%
	Promedio de estadía	1 Día	47%	1 Día
Acompañamiento de viaje	Amigos	26%	Amigos	26%
	Solo	23%	Pareja	20%

Gasto por día	De 20 a 40 dólares	58%	De 20 a 40 dólares	49%
Medio utilizado para viajar	Agencia de viajes	61%	Agencia de viajes	79%
Medio de publicidad	Internet	58%	Internet	38%
	Amigos	18%	Radio	16%

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Turistas nacionales

Son hombres y mujeres, con un rango de edad de 26 a 35 años, que en su mayoría provienen de la provincia de Pichincha, que conocen la parroquia 16 de Agosto, que tienen un alto interés en visitar la misma, disfrutando de servicios de alimentación y deseando realizar actividades de: recorridos en granja, turismo vivencial, caminatas por selva, ciclismo, birdwatch y agroturismo respectivamente. Además les gustaría disfrutar de gastronomía típica de la zona, con un promedio de estadía de 1 día, en compañía de amigos y también viajarían solos. Pagando un precio por día de 20 a 40 dólares. A través de agencias de viaje e informándose por internet y amigos.

Turistas extranjeros

Son hombres y mujeres, con un rango de edad de 36 a 45 años, que su país de origen en su mayoría es de Canadá, que conocen la parroquia 16 de Agosto, que tienen un alto interés en visitar la misma, disfrutando de servicios de alimentación y deseando realizar actividades de: recorridos en granja, turismo vivencial, caminatas por selva, ciclismo, birdwatch y agroturismo respectivamente. Además les gustaría disfrutar de gastronomía típica de la zona y vegetariana, con un promedio de estadía de 1 día, en compañía de amigos y pareja. Pagando un precio por día de 20 a 40 dólares. A través de agencias de viaje e informándose por internet y la radio.

3) Demanda potencial

La proyección de la demanda potencial se la realizó mediante el método del incremento compuesto cuya fórmula es $C_n = Co(1 + i)^n$, para lo cual se consideró una tasa de crecimiento turístico anual del 5% en el año 2017 en la provincia de Pastaza dato obtenido del Ministerio de Turismo de Pastaza.

Tabla 32. Proyección de la demanda potencial.

Nº	Año	Nacionales	Extranjeros	Demanda total
0	2018	6479	8346	14824
1	2019	6803	8763	15566
2	2020	7143	9201	16344
3	2021	7500	9661	17161
4	2022	7875	10144	18019
5	2023	8269	10651	18920

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

3. Análisis de la competencia

Para realizar el análisis de competencia, se tomó en cuenta el registro del año 2017 de turistas nacionales y extranjero de la Finca la esperanza y la centro de turismo comunitario Twasap, ya que son las únicas que llevan registro anual de turismo en el cantón Palora.

Tabla 33. Competencia.

Nombre	Categoría	Servicios	Cientes anuales
Centro de Turismo Finca la esperanza	Turismo Comunitario	Alimentación Fotografía Recorrido en granjas	294
Twasap		Caminatas en la selva Ciclismo Agroturismo	1466
Total			1760

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Tabla 34. Proyección de la competencia.

Año	Nacionales	Extranjeros	Competencia total
2018	737	1023	1760
2019	774	1074	1848
2020	813	1128	1940
2021	853	1184	2037
2022	896	1243	2139

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

4. Confrontación competencia vs demanda

Tabla 35. Determinación de la demanda insatisfecha.

DI	= 14824 - 1760
DI	= 13064

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

5. Demanda insatisfecha

Tabla 36. Proyección de la demanda insatisfecha.

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
2018	14824	1760	13064
2019	15566	1848	13718
2020	16344	1940	14403
2021	17161	2037	15124
2022	18019	2139	15880

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

6. Demanda objetiva

Tabla 37. Determinación de la demanda objetiva.

DO	= 13064 * 50%
DO	= 6532

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

El presente proyecto pretende captar el 50% de la cuota de mercado a captar tomando en consideración toda la competencia existente en el sector (directa e indirecta) esto nos da 6532 turistas anuales.

Tabla 38. Proyección de la demanda objetiva.

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva nacional	Demanda objetiva extranjera
2018	13064	2874	3658
2019	13718	3018	3841
2020	14403	3169	4033

2021	15124	3327	4235
2022	15880	3494	4446

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

7. Plan mercadotécnico

a. Canales de distribución

Los principales canales de distribución están determinados por medio de venta directa a través del internet, pagina web y vía telefónica, también se puede distribuir los paquetes por medio de venta indirecta acuerdos con operadoras que trabajen en la provincia y el país.

b. Plan de comunicación

1) Logotipo



Gráfico 15. Logotipo.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

2) Slogan

16 de Agosto Descubre “El llamado de la selva”

c. Descripción del logotipo

El diseño del logotipo consiste en la representación del mapa de la parroquia así también en la “D” como una chacana de la diversidad cultural que posee la parroquia y las líneas azules y un espiral en la letra “S”.

1) Colores

Verde: Afín a sus bosques y la diversidad de orquídeas, además los paisajes de la exuberante selva.

Azul: Representa el cielo y la pureza de las cascadas, ríos y laguna existentes en la parroquia.

Café: Este color es seleccionado por el color de la madera que existe en la parroquia.

2) Figuras

“D”: En forma de chacana simboliza la diversidad de las culturas que existen en la parroquia.

Líneas azules: Simboliza al río cercano a la parroquia donde se puede realizar deportes de aventura rodeada de maravillosos atractivos por explorar.

“S”: Simboliza los tejidos que realizan las personas de la comunidad para confeccionar distintas prendas de vestir y su memoria viva.

Montaña verde: Simboliza la riqueza natural de la parroquia.

d. Diseño de medios

1) Radio

El anuncio para la radio dice textualmente lo siguiente: Ven y disfruta de una naturaleza llena extraordinaria y sitios encantadores que lo hacen, todo en un solo lugar, en la parroquia “16 de Agosto” a tan solo unos pocos kilómetros de la ciudad Puyo espera por ti.

Para mayor información en GAD parroquial o al número de teléfono 0958879806.

2) Página web



Gráfico 16. Página web.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

3) Red social



Gráfico 17. Red social.
Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

4) Tarjetas de presentación



Gráfico 18. Tarjetas de presentación.
Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

5) Volantes



Gráfico 19. Volantes.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

8. Requerimiento para el área comercial

a. Talento humano

Tabla 39. Talento humano.

Descripción	Cantidad	RMU	Gasto Unitario	Gasto Total
Agente de ventas	1	persona	650	9,935.25
Total de gastos talento humano				9,935.25

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Activos fijos

Tabla 40. Activos fijos.

Bienes muebles				
Muebles y enseres				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	2	Escritorio	50	100.00
Sillas	4	Sillas	20	80.00
Subtotal				180.00
Maquinarias y equipos				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
teléfono	1	teléfono	80	80.00
Subtotal				80.00
Equipos de computación				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Tablet	1	Tablet	250	250.00
Impresora	1	Impresora	250	250.00
Computadora	1	Computadora	750	750.00
Subtotal				1,250.00
Total de inversión de activos fijos				1,510.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Activos diferidos

Tabla 41. Activos diferidos.

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Diseño de página web	1	página web	500	500.00
Material publicitario trípticos, volantes y tarjetas de presentación (antes del funcionamiento)	1000	trípticos, volantes y tarjetas de presentación	0.25	250.00
Total de inversión de activos diferidos				750.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

d. Gastos de promoción y publicidad

Tabla 42. Gastos de promoción y publicidad.

Fan Trip		1	fan trip	500	500.00
Material publicitario trípticos, volantes y tarjetas de presentación (durante el funcionamiento)	1000	trípticos, volantes y tarjetas de presentación	0.25	250.00	
Total de gastos de promoción y publicidad				750.00	

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

C. DISEÑO TÉCNICO DEL CIRCUITO DE LA PARROQUIA 16 DE AGOSTO

1. Tamaño del proyecto

a. Consumo aparente por clientes

Tabla 43. Consumo aparente de clientes nacionales.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	2874	1437	719	240	120	60	8
2019	3018	1509	754	251	126	63	8
2020	3169	1584	792	264	132	66	9
2021	3327	1664	832	277	139	69	9
2022	3494	1747	873	291	146	73	10

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Tabla 44. Consumo aparente de clientes extranjeros.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	3658	1829	915	305	152	76	10
2019	3841	1920	960	320	160	80	11
2020	4033	2016	1008	336	168	84	11
2021	4235	2117	1059	353	176	88	12
2022	4446	2223	1112	371	185	93	12

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Demanda potencial por actividades

Tabla 45. Demanda potencial de turistas nacionales por actividades.

Año	Demanda objetiva	Índices de actividades					
		Recorridos en granja	Turismo vivencial	Caminatas por selva	Ciclismo	Birdwatch	Agroturismo
		24%	21%	12%	12%	7%	24%
2018	2874	690	604	345	345	201	690
2019	3018	724	634	362	362	211	724
2020	3169	760	665	380	380	222	760
2021	3327	799	699	399	399	233	799
2022	3494	838	734	419	419	245	838

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Tabla 46. Demanda potencial de turistas extranjeros por actividades.

Año	Demanda objetiva	Índices de actividades					
		Recorridos en granja	Turismo vivencial	Caminatas por selva	Ciclismo	Birdwatch	Agroturismo
		20%	26%	14%	16%	9%	15%
2018	3658	1061	951	402	439	256	549
2019	3841	1114	999	422	461	269	576
2020	4033	1170	1049	444	484	282	605
2021	4235	1228	1101	466	508	296	635
2022	4446	1289	1156	489	534	311	667

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

2. Localización del circuito

a. Macro localización



Gráfico 20. Mapa de macro localización.
Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Micro localización

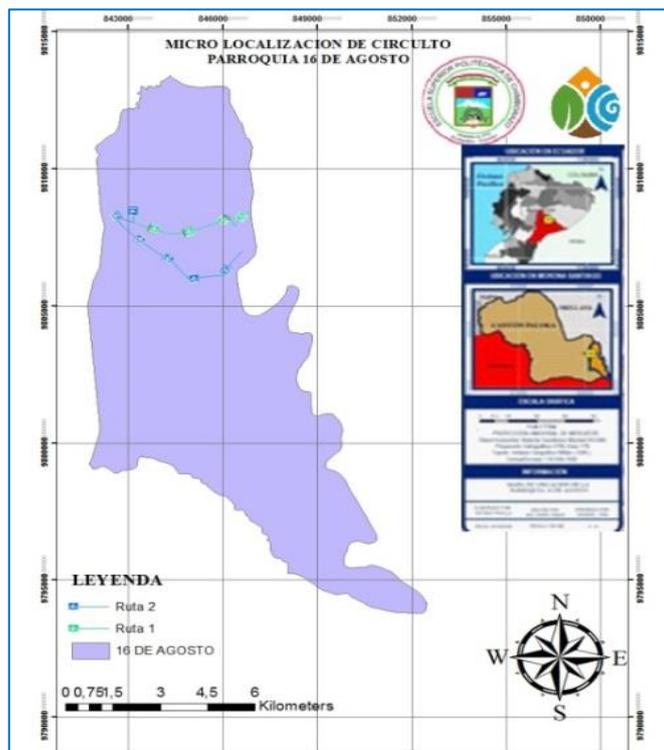


Gráfico 21. Mapa de macro localización.
Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

3. Diseño del paquete

a. Circuito

El cantón Palora se caracteriza por poseer atractivos naturales y culturales potenciales de la provincia de Morona Santiago, los mismos constituyen elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad turística del cantón.

La parroquia 16 de Agosto posee atractivos sobre salientes, en el cantón Palora, donde al analizar el perfil entre los turistas extranjeros y nacionales se determinaron lo siguiente:

Tomando en cuenta que el atractivo principal de la parroquia 16 de Agosto son atractivos naturales, que se constituyen espacios adecuados para realizar actividades recreacionales y de aventura.

b. Actividades

El producto a implementarse en el sector contará con atractivos turísticos donde los turistas podrán disfrutar de actividades como, visita a las cascadas y observación de flora y fauna, caminata, ciclismo, y convivencia con las comunidades; a continuación, el detalle de atractivos y actividades que integran el circuito agro turístico.

Tabla 47. Actividades.

Atractivos	Actividades
Cascada Gemelas	Rapel y caminatas
Cascada Sekonia	Senderismo y birdwatch
Mirador Río Pastaza	Fotografía paisajística y ciclismo
Río y dique Paraíso	Agroturismo
Río Malikauha	Pesca deportiva y agroturismo
Sendero Paraíso	Observación de flora y fauna

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Diseño de paquetes

1) Paquete turístico N° 1

Tabla 48. Paquete turístico N° 1.

Denominación: 16 de Agosto – el llamado de la selva		
Código: CTCLSP001	Carácter: Turismo Comunitario	Estilo: Convivencia
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español	Duración: 1 día
Recorrido: 16 de Agosto – río Pastaza – 16 de Agosto		
Centro de Operaciones: Centro de agroturismo El Paraíso		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	8:00	Encuentro en el Centro de agroturismo Chakana de la Parroquia 16 de Agosto presentación del guía e indicaciones generales.
	8:30	Desayuno
	9:30	Inicio del recorrido por en la finca el Paraíso observando la flora, fauna y fotografía de la zona

10:30	Caminata y recreación en los diferentes huertos y por sus alrededores Asignación de botas de caucho en caso de ser requerido
13:00	Almuerzo tradicional
14:30	Ciclo paseo en el río Pastaza Visita al mirador natural Relato de cuentos tradicionales
16:00	Despedida

Descripción del paquete

En la mañana nos encontramos en Centro de agroturismo de la Parroquia 16 de Agosto para poder realizar las actividades (caminata, observación de flora y fauna y ciclismo)

En la tarde regreso a la ciudad puyo

Requerimientos de la visita	<input type="checkbox"/> Documentos personales
	<input type="checkbox"/> Ropa ligera, gorra para el sol
	<input type="checkbox"/> Poncho de aguas
	<input type="checkbox"/> Protector solar
	<input type="checkbox"/> Cámara fotográfica
Prohibiciones	<input type="checkbox"/> Bebidas alcohólicas
	<input type="checkbox"/> Armas blancas
Normas de comportamiento	• No arrojar basura
	• No destruir los sitios
	• No llevarse las especies de flora y fauna

Paquete incluye	Desayuno Almuerzo Guía Equipo para ciclismo Trasporte	Paquete no incluye	Gastos personales (compras y propinas)
Facilidades turísticas	<input type="checkbox"/> La alimentación se lo brinda por el CTC <input type="checkbox"/> Transporte		
Observaciones	El paquete empezara en la mañana		
Precio	30.00 \$		

Mapa temático del recorrido



Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

2) Paquete Turístico N° 2

Tabla 49. Paquete turístico N° 2.

Denominación: 16 de Agosto – el llamado de la selva		
Código: CTCLSP001	Carácter: Turismo Comunitario	Estilo: Convivencia
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español Duración: 1 día	
Recorrido: 16 de Agosto – Río Pastaza – 16 de Agosto		
Centro de Operaciones: Centro de agroturismo El Paraíso		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	8:00	Encuentro en el Centro de agroturismo El Paraíso de la Parroquia 16 de Agosto presentación del guía e indicaciones generales
	8:30	Desayuno
	9:30	Inicio del recorrido por en las cascadas gemelas observando la flora y fauna y fotografía de la zona (Se explica el uso del equipo y se designa Las botas para la caminata)
	10:30	Ciclismo y recreación en las diferentes actividades y por sus alrededores
	13:00	Almuerzo tradicional
	14:30	Inicio de la caminata en la selva Rapel en la cascada sekonia (Revisión y asignación de equipo)
	16:00	Despedida
Descripción del paquete		
En la mañana nos encontramos en Centro de agroturismo de la Parroquia 16 de Agosto para poder realizar las actividades (caminata, observación de flora y fauna y ciclismo)		
En la tarde regreso a la ciudad puyo.		
Requerimientos de la visita		
<input type="checkbox"/> Documentos personales		
<input type="checkbox"/> Ropa ligera, gorra para el sol		
<input type="checkbox"/> Poncho de aguas		
<input type="checkbox"/> Protector solar		
<input type="checkbox"/> Cámara fotográfica		
Prohibiciones		
<input type="checkbox"/> Bebidas alcohólicas		
<input type="checkbox"/> Armas blancas		
Normas de comportamiento		
No arrojar basura		
No destruir los sitios		
No llevarse las especies de flora y fauna		
Paquete incluye		
<input type="checkbox"/> Desayuno		Gastos personales
<input type="checkbox"/> Almuerzo		
<input type="checkbox"/> Guía	Paquete no incluye	(compras y propinas)
<input type="checkbox"/> Equipo de para deportes (casco y arnés)		
<input type="checkbox"/> Transporte		
Facilidades turísticas		
<input type="checkbox"/> La alimentación se lo brinda por el CTC		
<input type="checkbox"/> Transporte		
Observaciones		
El paquete empezara en la mañana		
Precio		
32.00 \$		
Mapa temático del recorrido		



Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

3) Determinación de paquetes elaborados

La Utilidad estimada en los paquetes corresponde entre el 10%, con la finalidad de generar rentabilidad.

a) Estructura del costo del paquete N° 01

Tabla 50. Estructura del costo del paquete N° 1.

Servicio	Rango de pax			
	Costo Total	2	5	10
COSTO FIJO				
Guía local	8	4	1.6	0.8
Transporte	5	2.5	0.5	0.05
TOTAL C. F.	13	6.5	2.1	0.85
COSTO VARIABLE				
Desayuno tradicional	3	3	3	3
Recorrido por la finca el Paraíso	2	2	2	2
Recorrido por senderos de huertos	3	3	3	3
Almuerzo tradicional	3	3	3	3
Ciclo paseo en el rio Pastaza (equipos)	5	5	5	5
TOTAL C. V.	16	16	16	16
COSTOS DIRECTOS	29	22.5	18.1	16.85
Gastos de administración (10%)	2.9	2.25	1.81	1.69
Gastos de ventas (10%)	2.9	2.25	1.81	1.69
COSTO TOTAL	34.8	27	21.72	20.22
Utilidad (10%)	3.48	2.70	2.17	2.02
Precio venta Final	38.28	29.70	23.89	22.24

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

El precio de venta del paquete turístico es de 38.28 USD por persona, en función a la capacidad de operación del recurso humano y la capacidad del vehículo a contratar.

b) Estructura del costo del paquete N° 02

Tabla 51. Estructura del costo del paquete N° 2.

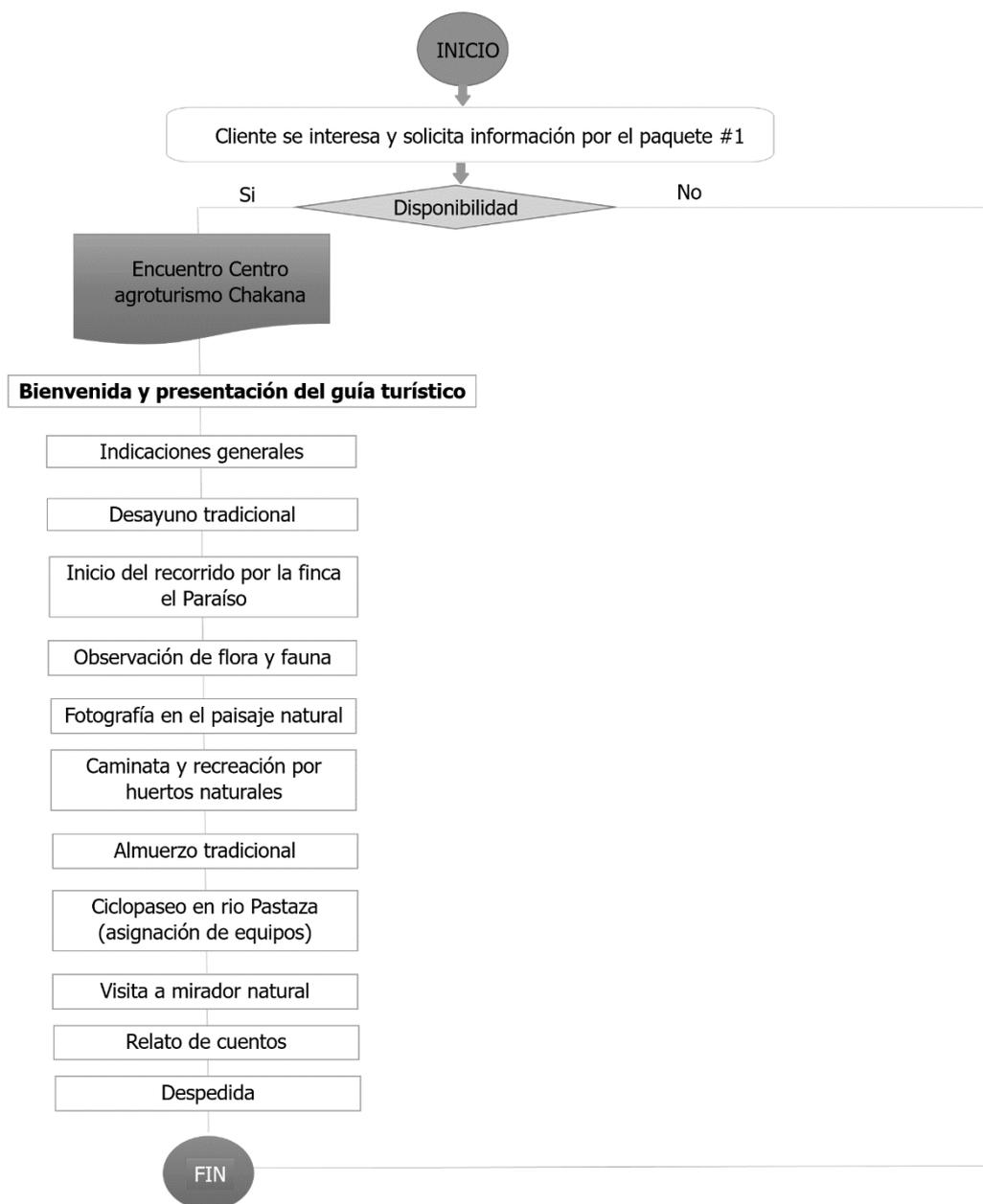
Servicio	Rango de pax			
	Costo Total	2	5	10
COSTO FIJO				
Guía local	8	4	1.6	0.8
Transporte	5	2.5	0.5	0.05
TOTAL C. F.	13	6.5	2.1	0.85
COSTO VARIABLE				
Desayuno	3	3	3	3
Recorrido por las cascadas gemelas, asignación de botas	2	2	2	2
Actividad de ciclismo (equipos)	4	4	4	4
Almuerzo tradicional	3	3	3	3
Caminata en la selva	1	1	1	1
Rapel en la cascada sekonia (equipos)	4	4	4	4
TOTAL C. V.	17	17	17	17
COSTOS DIRECTOS	30	23.5	19.1	17.85
Gastos de administración (10%)	3	2.35	1.91	1.79
Gastos de ventas (10%)	3	2.35	1.91	1.79
COSTO TOTAL	36	28.2	22.92	21.42
Utilidad (10%)	3.60	2.82	2.29	2.14
Precio venta Final	39.60	31.02	25.21	23.56

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

El precio de venta del paquete turístico es de 39.60 USD por persona, en función a la capacidad de operación del recurso humano y la capacidad del vehículo a contratar.

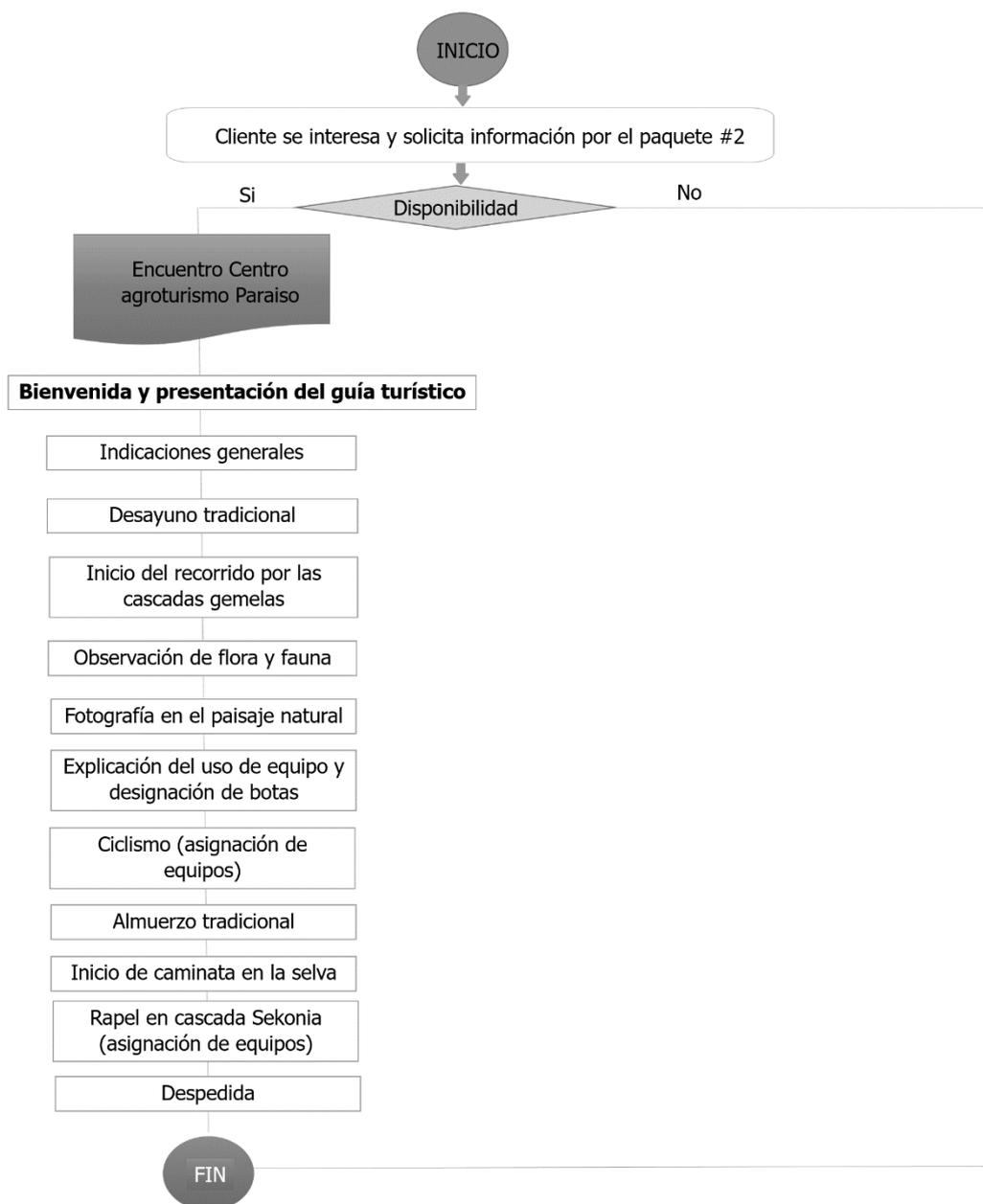
4. Flujograma de procesos

a. Flujograma del paquete 01



Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Flujograma del paquete 02



Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

5. Requerimientos para el área productiva

a. Talento humano

Tabla 52. Talento humano.

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Mano de obra indirecta				
Guías turísticos	2	guías	650	19,870.50
Subtotal				19,870.50
Mano de obra directa				
Asesor técnico	1	asesor	620	9,476.70
Subtotal				9,476.70
Total costo de mano de obra área productiva				29,347.20

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Activos fijos

Tabla 53. Activos fijos.

Bienes muebles				
Materiales y equipos				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipo de rapel	1	Equipo de rapel	7500	7,500.00
Equipo de ciclismo	5	Equipo de ciclismo	700	3,500.00
Equipo de seguridad	1	Equipo de seguridad	1200	1,200.00
Bastón de trekking	12	Bastón de trekking	15	180.00
Linternas	12	Linternas	5	60.00
Chompas impermeables	12	Chompas impermeables	50	600.00
Botas de caucho	12	Botas de caucho	8	96.00
Subtotal				13,136.00
Equipos de computación				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	1	Computadora	750	750.00
Subtotal				750.00
Muebles y enseres				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Basureros ecológicos	5	basurero	40	200.00
Subtotal				200.00
Vehículos				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Buseta Hyundai H1	1	buseta	35000	35,000.00
Subtotal				35,000.00
Total de inversiones de bienes muebles				49,086.00
Inversión de bienes inmuebles				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Cabañas	2	Cabaña	8000	16,000.00
Senderos	4	Senderos	9000	36,000.00
Señalética	10	Señalética	280	2,800.00
Total de inversiones de bienes inmuebles				54,800.00
TOTAL DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS				103,886.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Materias primas e insumos

Tabla 54. Materias primas e insumos.

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Botas	10	Gorras	3.5	35.00
Gorras	10	Poncho de aguas	5	50.00
Poncho de aguas	10	Fundas para basura	5	50.00
Fundas para basura	40	Fundas para basura	0.5	20.00
Subtotal				155.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

D. ESTUDIO AMBIENTAL DEL CIRCUITO AGRO TURÍSTICO

Tabla 55. Matriz de mitigación ambiental.

Actividades del proyecto que causen daño	Efecto	Medida de mitigación	Requerimiento	Gastos
Suelo y agua				
Recorridos turísticos	Alteración del suelo y contaminación con desechos sólidos.	Tratamiento de los sólidos por parte de los encargados.	Adecuación recolección y clasificación de los desechos.	1000
Construcciones de infraestructura turística	Uso de materiales ajenos al entorno.	Recicle y recoleta los residuos de la construcción.	Maquinaria de reciclaje.	3200
Aire				
Uso de productos químicos para limpieza y desinfección	Contaminación con partículas químicas.	Control de contaminación, a través de capacitaciones al personal para el uso correcto de productos químicos.	Política Ambiental.	1200
Flora y fauna				
Emisión de ruido	Alejamiento de la fauna.	Disminución al máximo el ruido.	Charlas de prevención antes de iniciar el recorrido	500
Total de gastos en requerimientos para el estudio ambiental				5900

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL DEL CIRCUITO AGRO TURÍSTICO

1. Tipo de empresa a crearse

a. Constitución del Ecuador 2008

Según la Constitución de la República del Ecuador reformada el 2008, el régimen de desarrollo tendrá como objetivos entre otros a fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público, también recuperar y conservar la naturaleza para garantizar un acceso permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural, así como también proteger y promover la diversidad cultural, menciona el Art. 276.

El Art. 319 dice que se reconocen diversas formas de organización de la producción de la economía, como las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas. En las que el estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivara aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza

De igual forma el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental como lo establece en el Art. 321 del mismo documento.

b. Ley de compañías

Tabla 56. Resumen de ventajas y desventajas Ley de Compañías.

Tipo de empresa	Ventaja	Desventaja
Compañía en nombre colectivo	<ul style="list-style-type: none"> - El capital de la compañía se compone de los aportes de cada uno de los socios. - Todos los socios tienen la facultad de administrar la compañía. - Las resoluciones se tomarán por mayoría de votos. - Los administradores están obligados a rendir cuenta de la administración. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pago de no menos del 50% del capital suscrito. - El o los administradores no podrán ser removidos de su cargo, sino por dolo, culpa grave o inhabilidad. - Todos los socios serán responsables de los actos o gestiones de otros socios. Al igual que participar en las pérdidas.
Compañía en comandita simple y dividida por acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando dos o más socios administren los negocios, regirán respecto de estos las reglas de la compañía. - La designación de administradores se hará por mayoría de votos. - El/la administrador comunicarán a los socios el balance de la compañía. - El comanditario tiene derecho al examen, inspección y vigilancia de las gestiones. 	<ul style="list-style-type: none"> - El comanditario que tolere la inclusión de su nombre quedara responsable de las obligaciones contraídas por la compañía. - El fallecimiento de un socio no produce la liquidación de la compañía. - El socio no podrá ceder ni traspasar a otras personas sus derechos en la compañía.
Compañía de responsabilidad limitada	<ul style="list-style-type: none"> - El capital estará formado por las aportaciones de los socios - Los aportes de capital serán iguales, acumulativas e indivisibles. - La participación de cada socio es transmisible por herencia. - La compañía formará un fondo de reserva hasta que este alcance por lo menos al 20% del capital social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Para constituir compañías no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados, ni cónyuges. - Si el número de socios excediere de 15, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. - La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales y aportaciones suplementarias, no cumplidos estos requisitos, ella no es exigible.
Compañía anónima	<ul style="list-style-type: none"> - Puede constituirse por convenio entre los que otorguen la escritura, o por suscripción pública de acciones. - Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos por la cuarta parte de los suscriptores. - Para el capital las aportaciones pueden ser en dinero o no (bienes muebles o inmuebles) - Los herederos de un accionista podrán pedir que se haga constar las acciones a favor de ellos con un certificado de posesión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. - El derecho de negociar las acciones libremente no admite limitaciones. - Cuando las pérdidas alcancen el 50% o más del capital suscrito, la compañía se pondrá en liquidación. - Los administradores no pueden votar en la aprobación de los balances.
Compañía de economía mixta	<ul style="list-style-type: none"> - El estado u organismos del sector público, podrán participar conjuntamente con el capital privado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Transferido el aporte del Estado a los accionistas privados, la compañía seguirá funcionando sin exoneraciones y beneficios.

- Las entidades podrán participar en el capital de la compañía con dinero o entregando equipos. - El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Ley orgánica de economía popular y solidaria

Tabla 57. Resumen ventajas y desventajas Ley de Economía Popular y Solidaria.

Tipo organización	Ventaja	Desventaja
Organización del Sector Comunitario	Se garantiza un modelo de desarrollo económico endógeno desde su propia conceptualización y visión.	Los bienes inmuebles obtenidos mediante donación no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social que produjo la donación
Organización del Sector Asociativo	Contará con un estatuto social que velará por la existencia de un órgano de gobierno como máxima autoridad, un órgano directivo, un órgano de control interno y un administrador; todos ellos sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria de mandato.	El capital social estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados que no serán reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico. Los bienes inmuebles no serán objetos de reparto en caso de disolución.
Organización del Sector Cooperativo	Los integrantes tienen calidad de socios y trabajadores, por tanto no existe relación de dependencia.	Las cuotas aportadas no son reembolsables

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Para la aplicación del circuito turístico, se ha determinado la conformación de una organización de sector asociativo, consiguientemente apoyada en la Ley de Economía Popular y Solidaria.

La empresa se denominará “Chakana”, la cual estará conformada por los productores agropecuarios, artesanos y prestadores de servicios.

2. Definición de tipo de empresa

a. Marco legal para la constitución y operación

Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen organización de sector asociativo.

Podemos concluir que la asociación está en la capacidad de operar el producto turístico en base a los artículos señalados, los cuales le permiten incentivar el desarrollo de actividades productivas como es el turismo por lo que la empresa se va a constituir de la siguiente manera:

b. Requisitos para formar la organización

Tabla 58. Requisitos para formar la organización.

Denominación	Cant.	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
Estatuto de constitución	1	Unidad	300	300
Registro sanitario	1	Unidad	50	50
Apertura de cuenta e integración de capital	1	Unidad	100	100
Escritura pública de la empresa	1	Unidad	400	400
Aprobación de la escritura de constitución	1	Unidad	80	80
Resolución de aprobación de las escrituras	1	Unidad	30	30
Inscripción de las escrituras en el Registro Mercantil	1	Unidad	450	450
Inscripción de los nombramientos de la directiva de la empresa	1	Unidad	60	60
Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la compañía.	1	Unidad	200	200
Notario público	1	Unidad	150	150
RUC	1	Unidad	100	100
Total				1920

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Requisitos para el funcionamiento

Tabla 59. Requisitos para el funcionamiento.

Denominación	Cant.	Unidad	Gasto unitario	Gasto total
Patente municipal	1	Unidad	20	20
LUAUF	1	Unidad	50	50
Permiso cuerpo de bomberos	1	Unidad	50	50
Sub total				120

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

3. Requerimientos para el área administrativa

a. Requerimientos de talento humano para el área administrativa

Tabla 60. Requerimientos de talento humano.

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Gerente	1	Persona	900	13,756.50
Secretario/o - contador/a	1	Persona	500	7,642.50
Total de gasto en talento humano				21,399.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Activos fijos

Tabla 61. Activos fijos.

Bienes muebles				
Maquinaria y equipos				
Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Teléfono	2	Teléfono	40	80.00
Calculadora	1	Calculadora	15	15.00
Subtotal				95.00
Equipos de computación				
Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Computadora	2	Computadora	750	1,500.00
Impresora	1	Impresora	250	250.00
Subtotal				1,750.00
Muebles y enseres				
Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total

Escritorio	2	Escritorios	500	1,000.00
Sillas	2	Sillas	15	30.00
Archivadores	2	Archivadores	80	160.00
			Subtotal	1,190.00
Total de inversión de activos fijos				3,035.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Activos diferidos

Tabla 62. Activos diferidos.

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Estudio de factibilidad	1	Estudio de factibilidad	2500	2,500.00
Capacitación personal	1	Capacitación personal	700	700.00
Total de inversiones de activos diferidos				3,200.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

d. Permisos de funcionamiento

Tabla 63. Permisos de funcionamiento.

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Requisitos para formar la organización	1	Requisitos para formar la organización	1920	1,920.00
Requisitos para el funcionamiento	1	Requisitos para el funcionamiento	120	120.00
Total de gastos de permisos de funcionamiento				2,040.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

e. Otros

Tabla 64. Otros.

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Materiales de limpieza	1	Materiales de limpieza	200	200.00
Servicios básicas	12	servicios básicos	100	1,200.00
Materiales de oficina	12	Materiales	25	300.00
Mantenimiento equipos	12	Servicio	40	480.00
Combustible	12	Gasolina	300	3,600.00
Total de gastos de otros				5,780.00

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

4. Estructura organizativa del proyecto

a. Organización estructural

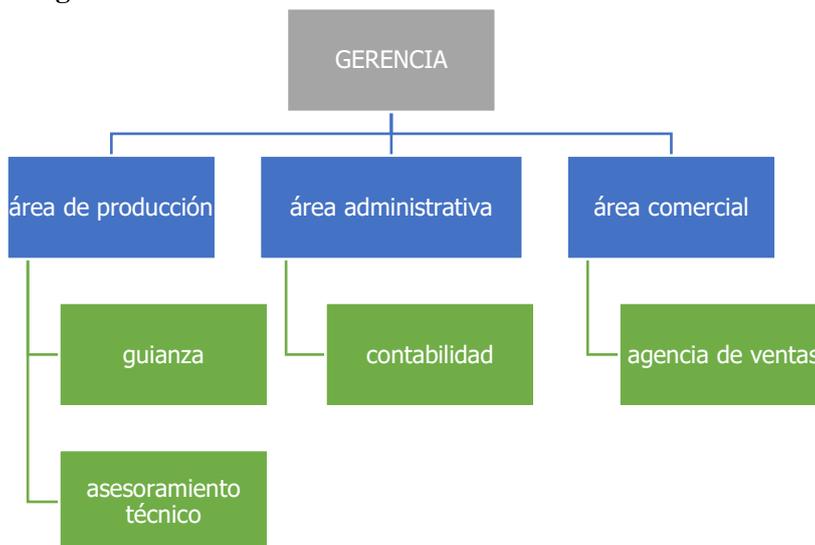


Gráfico 22. Organización estructural.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Organización funcional

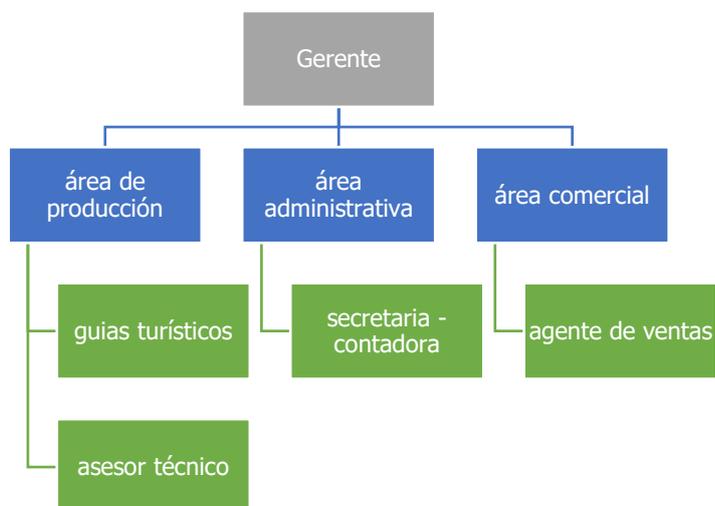


Gráfico 23. Organización funcional.

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

5. Manual de cargo y responsabilidades

a. Gerente

Tabla 65. Gerente

	Cargo:	Gerente/Administrador
Conocimientos		Herramientas básicas de control y método de optimización de resultados
		Administración especializada en productos de turismo ecológico y vivencial
		Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales

	Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros y pólizas de seguros utilizadas en el turismo		
	Técnicas básicas de negociación y administración de contratos		
	Características y conocimiento de productos, de servicios comerciales y de los destinos vendidos		
	Vocabulario técnico especializado en turismo		
	Informática y conocimiento de sistemas informáticos específicos para agencias operadoras		
Responsabilidades:	Representar a la empresa en eventos de la comunidad		
	Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas		
	Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico		
	Conducir reuniones y conferencias de la empresa		
Requisitos:	Experiencia laboral	Formación académica	Otras habilidades
	Un año de experiencia en cargo similar	Título de tercer nivel	Manejo adecuado de sistemas tecnológicos
	Buena presentación	Ing. Administración de empresas turísticas o ramas afines.	Experiencia en guianza
	Facilidad de expresión	Postgrado	Conducción de vehículos motorizados
	Habilidad para relacionarse socialmente	Ramas afines al turismo o administración	

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Guías turísticos

Tabla 66. Guía turísticos

	Cargo:	Guía turístico	
	El Guía de Turismo está capacitado para informar, motivar, orientar y acercar al pasajero con el recurso natural y cultural, favoreciendo vivencias que promuevan un uso creativo del ocio y del tiempo libre, la conservación y el cuidado ambiental.		
	Utilizar en caso necesario una lengua extranjera, de modo tal que se sientan atendidos en todo momento y se satisfagan sus expectativas de información y de disfrute lúdico.		
Responsabilidades:	Capacitado para aportar insumos para la organización de un circuito, itinerario y/o visita a lugares del patrimonio turístico, así como reprogramar un servicio ante situaciones emergentes, reconociendo los intereses de los pasajeros.		
	Promocionar productos, servicios, recursos naturales, culturales y eventos, que mejoren la experiencia de viaje, reconociendo sus intereses y motivando la permanencia en el destino.		
	Encargado de la guianza turística, operación y seguridad del grupo que realiza la visita		
	Experiencia laboral	Formación académica	Otras habilidades
Cinco años de experiencia en guianza en selva.	Título de tercer nivel	Manejo adecuado de grupos	
Requisitos:	Actitud amable, eficiente y servicial	Ing. Ecoturismo ó Guía de turismo nacional o alguna de sus clasificaciones	Desarrollar capacidades de interpretación de recursos
	Conocimiento técnico sobre flora y fauna	Postgrado	Asesorar sobre productos y servicios que mejoren la experiencia de viaje
	Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y actitud profesional	Ramas afines al turismo y atención al cliente	

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Secretaria-contadora

Tabla 67. Secretaria – contadora.

Cargo:		Secretario/a – contador/a	
Documentar: actualización constante de la documentación de la empresa			
Manejar: La agenda del gerente, documentación y la contabilidad			
Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización.			
Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.			
Responsabilidades:	Controlar: los registros contables mediante un software que facilitara la revisión y control de datos.		
	Llevar libros contables (diario, mayor e inventarios).		
	Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.		
	comerciales y de los destinos vendidos		
	Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas		
Requisitos:	Experiencia laboral	Formación académica	Otras habilidades
	Dos años de experiencia en cargo similar	Título de tercer nivel	Manejo adecuado de sistemas tecnológicos
	Buena presentación	Ing. Ecoturismo Secretariado	o Desarrollar capacidades de negociación
	Conocimiento para el uso de medios electrónicos	Postgrado	Multifuncional
	Habilidades de organización y cualidades de comunicación	Ramas afines a la administración o contabilidad	

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

d. Agente de ventas

Tabla 68. Agente de ventas

Cargo:		Agente de ventas	
Cobranza de entradas y organización del sistema de reservas			
Ser capaz de mantenerse tranquilo y cortés, pero firme bajo presión.			
Capacidad de manejar equipos de oficina como computadora e impresora			
Responsabilidades:	Revisar la correspondencia electrónica y física		
	Controlar los registros de ingreso de personas mediante un software que facilitara la revisión y control de datos.		
	Tener actualizado el sistema de facturación de la empresa		
Requisitos:	Experiencia laboral	Formación académica	Otras habilidades
	Un año de experiencia en cargo similar	Título de tercer nivel	Manejo adecuado de sistemas tecnológicos
	Apariencia elegante, actitud amable, eficiente y servicial	Ingeniería Comercial, Ing. Adm. Gestión empresarial o carreras afines	Desarrollar capacidades de negociación y venta para reservas
	Conocimiento para el uso de medios electrónicos de cobro y facturación	Postgrado	Multifuncional, capacidad para trabajar en constante comunicación con el equipo de trabajo
	Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y profesional y en persona.	Ramas afines a la administración o contabilidad	

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

e. Asesor técnico

Tabla 69. Asesor técnico

Cargo:	Asistente técnico		
Responsabilidades:	Estudiar y resolver los problemas legales relacionados con la empresa, contratos, convenios y normas legales.		
	Defender los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales.		
	Capacidad de negociar y redactar contratos		
	Emitir informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa		
Requisitos:	Capacidad de negociación y liderazgo		
	Experiencia laboral	Formación académica	Otras habilidades
	Un año de experiencia en cargo similar	Título de tercer nivel	Conocimientos en comunicación
	Actitud amable, eficiente y servicial	Abogado	Estudios tributarios
	Gran capacidad comunicativa, incluyendo lenguaje claro y actitud profesional	Postgrado	
		Ramas afines a la abogacía	

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

F. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO DEL CIRCUITO AGRO TURÍSTICO

1. Evaluación financiera

a. Inversión

Tabla 70. Inversión.

Denominación	Inversión
Activos fijos	108,431.00
Construcciones y edificaciones	54800.00
Maquinarias y equipos	13311.00
Equipos de computo	3750.00
Muebles y enseres	1570.00
Vehículos	35000.00
Activos diferidos	19553.84
Constitución de la empresa	2,040.00
Capacitaciones	700.00
Estudio de factibilidad	2,500.00
Promoción y publicidad	1,500.00
Gastos financieros	12,813.84
Capital de trabajo	34,683.23
Mano de obra directa	4,738.35
Mano de obra indirecta	9935.25
Sueldos y salarios	15667.125
Materias primas e insumos	77.5
Mantenimiento	3265
Contingencias	1000
TOTAL	162,668.07

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

b. Fuentes de financiamiento

Tabla 71. Fuentes de financiamiento.

Denominación	Inversión	Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	108,431.00	77,242.44	85,425.63
Construcciones y edificaciones	54800.00		54800
Maquinarias y equipos	13311.00		13311
Equipos de computo	3750.00	3750	
Muebles y enseres	1570.00		1570
Vehículos	35000.00	35000	
Activos diferidos	19553.84		
Constitución de la empresa	2,040.00	2040	
Capacitaciones	700.00	700	
Estudio de factibilidad	2,500.00	2500	
Promoción y publicidad	1,500.00	1500	
Gastos financieros	12,813.84	12813.84	
Capital de trabajo	34,683.23		
Mano de obra directa	4,738.35	4738.35	
Mano de obra indirecta	9935.25	9935.25	
Sueldos y salarios	15667.125		15667.12
Materias primas e insumos	77.5		77.5
Mantenimiento	3265	3265	
Contingencias	1000	1000	
TOTAL	162,668.07	77242.44	91314.13

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

c. Pago de la deuda

Monto \$ 85425.63

Interés 15%

Tiempo 5 años

Tabla 72. Pago de la deuda.

Año	Préstamo capital	Capital a pagarse	Saldo	Interés	Cuota
2018	\$85,425.63	\$17,085.13	\$68,340.50	\$12,813.84	\$29,898.97
2019	\$68,340.50	\$17,085.13	\$51,255.38	\$10,251.08	\$27,336.20
2020	\$51,255.38	\$17,085.13	\$34,170.25	\$7,688.31	\$24,773.43
2021	\$34,170.25	\$17,085.13	\$17,085.13	\$5,125.54	\$22,210.66
2022	\$17,085.13	\$17,085.13		\$2,562.77	\$19,647.89
2023		\$17,085.13	-\$17,085.13		\$17,085.13
TOTAL				38441.53125	123867.1563

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

d. Depreciación de activos fijos

Tabla 73. Depreciación de activos fijos.

Denominación	Valor bien	Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación en el proyecto(5años)	Valor de salvamento
Construcciones y edificaciones	\$54,800.00	20	\$2,740.00	\$13,700.00	\$41,100.00
Maquinarias y equipos	\$13,311.00	10	\$1,331.10	\$6,655.50	\$6,655.50
Equipos de computo	\$3,750.00	2	\$1,875.00	\$9,375.00	
Muebles y enseres	\$1,570.00	10	\$157.00	\$785.00	\$785.00
Vehículos	\$35,000.00	5	\$7,000.00	\$35,000.00	
Total	\$73,431.00	47	\$13,103.10	\$65,515.50	\$48,540.50

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Depreciación acumulada	13103	26206	39309	52412	65516
-------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

e. Amortización de activos diferidos

Tabla 74. Amortización de activos diferidos.

2018	2019	2020	2021	2021	2022
19554	3911	3911	3911	3911	3911

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

f. Estructura de costos y gastos

Tabla 75. Estructura de costos y gastos.

Denominación	Año					
	1	2	3	4	5	6
Costos de producción	29502.20	29974.24	30941.08	32450.15	34577.33	36843.96
Mano de obra directa	9476.70	9628.33	9938.90	10423.64	11106.93	11835.02
Mano de obra indirecta	19870.50	20188.43	20839.63	21856.02	23288.73	24815.37
Materias primas/materiales e insumos	155.00	157.48	162.56	170.49	181.66	193.57
Gastos administrativa	38722.10	39132.00	39971.59	41282.03	43129.22	45097.51
Sueldos y salarios	21399.00	21741.38	22442.67	23537.25	25080.17	26724.24
Servicios básicos	1,200.00	1219.20	1258.53	1319.91	1406.43	1498.63
Materiales de oficina	300.00	304.80	314.63	329.98	351.61	374.66
Permisos	2040.00	2072.64	2139.50	2243.84	2390.93	2547.66
Materiales de limpieza	200.00	203.20	209.75	219.98	234.41	249.77
Mantenimiento	480.00	487.68	503.41	527.96	562.57	599.45
Depreciaciones	13103.10	13103.10	13103.10	13103.10	13103.10	13103.10
Gastos en ventas	10185.25	10348.21	10682.01	11202.99	11937.37	12719.90
Sueldos y salarios	9935.25	10094.21	10419.81	10928.01	11644.37	12407.68
Promoción y publicidad	250.00	254.00	262.19	274.98	293.01	312.21
Gastos financieros		10251	7688.31	5125.54	2562.77	19647.89

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

g. Presupuesto de ingresos

Tabla 76. Presupuesto de ingresos.

Denominación	Año					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Paquete 1	1687	1771	1953	2261	2748	3507
Precio	38.28	38.28	38.28	38.28	38.28	38.28
Subtotal	64578.36	67807.28	74757.52	86541.18	105191.34	134253.77
Paquete 2	1687	1771	1953	2261	2748	3507
Precio	39.60	39.60	39.60	39.60	39.60	39.60
subtotal	66805.20	70145.46	77335.37	89525.36	108818.63	138883.21
TOTAL	131383.56	137952.74	152092.89	176066.54	214009.97	273136.99

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

h. Estado de resultados

Tabla 77. Estado de resultados.

Denominación	Año					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	131383.56	137952.74	152092.89	176066.54	214009.97	273136.99
Costos de producción	29502.20	29974.24	30941.08	32450.15	34577.33	36843.96
Unidad bruta	101881.36	107978.50	121151.81	143616.39	179432.64	236293.02
Gastos administrativos	38722.10	39132.00	39971.59	41282.03	43129.22	45097.51
Gastos de ventas	10185.25	10348.21	10682.01	11202.99	11937.37	12719.90
Unidad operativa	52974.01	58498.28	70498.21	91131.38	124366.05	178475.62
Gastos financieros	0	10251	7688	5126	2563	19648
Utilidad antes de impuestos y repartición de beneficios	52974.01	48247.21	62809.90	86005.84	121803.28	158827.72
Impuestos	6356.88	5789.67	7537.19	10320.70	14616.39	19059.33
Utilidad antes de repartición de utilidades	46617.13	42457.54	55272.72	75685.14	107186.88	139768.40
Repartición de utilidades	6992.57	6368.63	8290.91	11352.77	16078.03	20965.26
Utilidad neta	39624.56	36088.91	46981.81	64332.37	91108.85	118803.14

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

i. Flujo de caja

Tabla 78. Flujo de caja.

Denominación	0	1	2	3	4	5
Inversión	162668.07					
Valor de salvamento						48541
Capital de trabajo						34683.23
Utilidad neta		39624.56	36088.91	46981.81	64332.37	91108.85
Depreciación		13103	13103	13103	13103	13103
Flujo de caja	-162668.1	52727.66	49192.01	60084.91	77435.47	187435.68
Factor de la actualización	1	0.98	0.97	0.95	0.94	0.92
Flujo de caja actualizado	-162668.07	51897.3	47654.9	57290.7	72671.7	173134.5
sumatoria			99552.2	156842.9	229514.5	402649.1

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

2. Evaluación económica

Tabla 79. Evaluación económica.

PRC	Se recupera al 5to año
RBC	2.48
VAN	\$ 185,369.59
TIR	33%

Elaborado por: Antonio Padilla, 2018

Análisis:

El Valor actual neto es de \$ 185,369.59, una TIR del 33%, además se tiene una rentabilidad de \$2.48 dólares.

VIII. CONCLUSIONES

A. El diagnóstico situacional de la parroquia 16 de Agosto permitió conocer el estado actual del territorio referente al ámbito físico espacial se encuentra en el cantón Palora, constituida por 15 comunidades. Por su parte el ámbito cultural identifico que tres de sus comunidades posee población Shuar, los idiomas utilizados son el kichwa, shuar y español. El ámbito ecológico territorial demuestra que el clima de la parroquia es lluvioso subtropical y está ubicado en el piso cálido. El ámbito económico productivo refleja que las actividades son agrícolas con productos como: caña de azúcar, papa china, malanga, otras. Además de la actividad ganadera donde su principal producto es la leche. No obstante, el ámbito político manifiesta que la parroquia tiene apoyo de varias instituciones públicas y privadas para su desarrollo territorial.

B. Por su parte el estudio de mercado analizo la oferta compuesta por 11 atractivos, de los cuales el 60% son atractivos culturales y el otro 40% corresponde a atractivos culturales. Todos los atractivos turísticos poseen Jerarquía II; De los cuales destaca “Cascadas Gemelas y sendero Paraíso” siendo sitios con una belleza natural única. El análisis de la demanda indico que el 97% de turistas nacionales y el 98% de extranjeros están interesados en visitar la parroquia para realizar actividades de recorridos en granja, turismo vivencial, caminatas por selva, ciclismo, birdwatch y agroturismo; por lo cual se pretende captar el 50% de la cuota de mercado de una demanda objetiva de 6532 turistas anuales considerando a toda la competencia directa e indirecta existente en el sector.

C. Se ha diseñado dos paquetes denominados “16 de Agosto descubre un llamado de la selva” considerando la potencialidad del territorio y el análisis de la demanda, el mismo será difundido por medios publicitarios como la página web a través del internet y medios publicitarios impresos. Dentro del mismo se pueden realizar varias actividades como visititas a las cascadas, observación de flora y fauna, caminatas, ciclismo, y convivencia con las comunidades.

D. El circuito Agroturístico debe constituirse bajo la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria como una organización de sector asociativo. La empresa se denominará “Chakana”, la cual estará conformada por los productores agropecuarios, artesanos y prestadores de servicios.

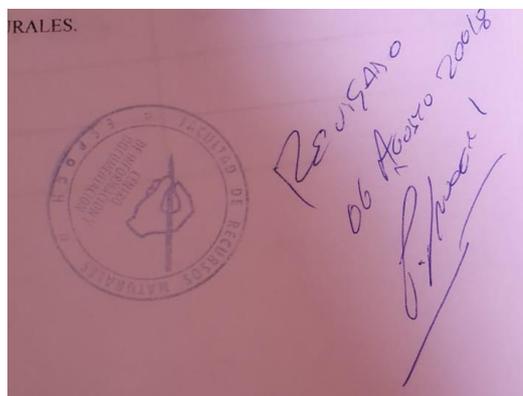
E. Para la ejecución de la presente propuesta del circuito agroturístico dentro de la parroquia 16 de Agosto se requiere una inversión inicial de \$162668.07USD, la misma que será recuperada en forma satisfactoria, con un VAN de \$ 185,369.59 USD y un TIR del 33% respectivamente.

IX. RECOMENDACIONES

- A. Colaborar con las comunidades locales para que puedan mejorar el servicio turístico que ofertan así como también ayudar a incorporar nuevos sitios turísticos que complementen la oferta de la parroquia 16 de agosto, con el objetivo de que todo el cantón pueda aprovechar su potencial turístico.
- B. Se recomienda analizar continuamente las tendencias del mercado, con el objetivo de identificar los gustos, preferencias y necesidades de la demanda, para innovar en los productos turísticos creados.
- C. Los productos turísticos deben garantizar la participación de las comunidades, la parte pública y la parte privada, como un esfuerzo conjunto de desarrollo.
- D. Se recomienda considerar las medidas de mitigación propuestas como estrategias que ayuden a disminuir los impactos negativos que generará la implementación del circuito de agroturismo.
- E. Difundir el circuito de agroturismo, entre los involucrados en la actividad turística, con el fin de desarrollar acciones de manera planificada, mismas que se encaminen en posicionar a la parroquia 16 de Agosto como un destino turístico competitivo.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: Diseñar un circuito de agroturismo para la parroquia 16 de agosto cantón Palora, provincia Morona Santiago; consta de siete etapas, el diagnóstico y levantamiento de inventario de atractivos turísticos, el estudio del estudio mercado técnico, viabilidad comercial, técnica y legal del producto, el estudio de viabilidad ambiental y el análisis económico financiero. Se determinó que en la parroquia 16 de agosto existen 11 atractivos turísticos, de los cuales el 60% son atractivos naturales y 40% manifestaciones culturales. Los turistas nacionales que visitan la provincia de Pastaza provienen en su mayoría de la región sierra de las provincias de Pichincha, Guayas, Tungurahua. Los turistas extranjeros provienen de Argentina, Chile, Estados Unidos y Australia. 97% de turistas nacionales y el 98% de extranjeros están interesados en visitar la parroquia para realizar actividades de recorridos en granja, turismo vivencial, caminatas por selva, ciclismo, birdwatch y agroturismo. Se diseñó dos productos turísticos de los cuales en base al estudio de demanda se determinó que las actividades que prefieren realizar los turistas son deportes de aventura como rapel, campamento, caminata en la selva, visita a una piscina natural, relato de cuentos y leyendas. Se comercializará el producto mediante el internet a través de redes sociales y en convenio con agencias de viaje ya establecidas. La figura legal propuesta para la operación de productos es mediante la creación de una compañía de responsabilidad limitada, los impactos ambientales producidos con respecto al máximo permitido siendo mínima la afectación en el ambiente por lo que en consecuencia se considera viable la propuesta. Para la ejecución de la presente propuesta del circuito agroturístico, se requiere una inversión inicial de \$162668.07USD, la misma que será recuperada en forma satisfactoria, con un VAN de \$185,369.59 USD y un TIR del 33%, por lo que se considera a la propuesta factible.



XI. SUMMARY

The present investigation proposes: to design an agrotourism circuit for the parish August 16, Palora canton, Morona Santiago province; It consists of six stages, the diagnosis and inventory survey of tourist attractions, the marketing study, commercial, technical and legal feasibility of the product, the study of environmental viability and the economic and financial analysis. It was determined that in this parish there are 11 tourist attractions, of which 60% are natural attractions and 40% cultural events. National tourists who visit the province of Pastaza come mostly from the mountain region. Foreign tourists come from Argentina, Chile, the United States and Australia. 97% of national tourists and 98% of foreigners are interested in visiting the parish to perform activities of farm tours, experiential tourism, hiking through the jungle, birdwatching and agrotourism Two tourism products were designed, based on the demand study it was determined that the activities that tourists prefer to do are adventure sports. The product will be commercialized through the internet through social networks and an agreement with established travel agencies. The proposed legal figure for the operation of products is through the creation of a limited liability company, the environmental impacts of products with respect to the maximum allowed, with minimal impact on the environment, which is why the proposal is considered viable. For the execution of the present proposals of the agrotourism circuit, an initial investment of \$ 162668.07USD is required, which will be recovered satisfactorily in a period of 5 years, with a NPV of \$ 185,369.59 USD and a IRR of 33%, In addition, there is a profitability of \$ 2.48 dollars, which is why the proposal is considered feasible.

Key words : AGROTURISM CIRCUIT - ATTRACTIVOS TURISTICOS AGROTURISMO - CULTURAL MANIFESTATIONS.



XII. BIBLIOGRAFÍA

- Amaya. (01 de 10 de 2017). Estudio administrativo. *Manuales de normas y procedimientos*. Recuperado el 12 de mayo del 2018. Obtenido de :http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/manualesdenormasyprocedimientos
- Amores & Armijos, M. (2010). *Gestión en recursos naturales impacto ambiental*. Recuperado el 25 de junio de 2018, de www.grn.cl .
- Baños & Castañeira, J. (1998). Implicaciones territoriales y opciones de diversificación. En *"La oferta turística complementaria en los destinos turísticos alicantinos"* Alicante. pp. 85 - 103.
- Cajas, C. (2007). Diseño de un sistema de rutas para el desarrollo del aviturismo y estrategias para su implementación en la provincia de Chimborazo. - Rioibamba
- Calles, J. (19 de septiembre del de 2014). *El turismo en Ecuador*. Recuperado 24 de abril 2018 de <http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/presidente-correa-dice-que-ecuador.html>
- Cardenas, R. (2016). Guía para la elaboración de un estudio de mercado. en g. d. emprendedor, "cómo realizar un estudio de mercado" (págs. 2- 7). Ciudad real: Creaciones y Desarrollo de Empresas.
- Chano, M. (2009). Estudio de mercado. Anteproyecto de Manual de Compras. Caracas. En *Dpace at Universia*.
- Ester & Machado. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico. en *teorias y praxis*. Cuba. p. 165.
- Fernández & Guzmán A. (2003). Agroturismo. *III Encuentro de turismo cultural*. Buenos Aires.
- Fernandez. (01 de 10 de 2017). *Diseño del producto turístico*. Recuperado 13 de abril 2018 de <file:///C:/Users/Leo/Downloads/Dialnet-ProcedimientoParaElDisenoDeUnProductoTuristicoInte-2929463.pdf>
- Food and Agriculture Organization. (2011). Evaluación del impacto ambiental. En FAO, *Directrices para los proyectos de campo de la FAO*. Roma: FSC.
- Fonero, R. (2014). *Análisis financiero con información contable*. México: AFIC.
- Gobierno Autonomo Descentralizado de la Parroquia 16 de Agosto. (2014). *Plan de ordenamiento territorial (actualización)*. Palora: Iris.
- Gesellschaft fur technische zusammenarbeiten. (25 de septiembre de 2012). *Agroturismo*. Recuperado 28 de julio 2018 de Agroturismo: <http://www2.gtz.de/dokumente/bib/04-5108a3.pdf>
- Gudynas, E. (2009). *Ciudadanía ambiental y meta-ciudadanías ecológicas*. Guadalajara: ZAPONPA.
- Lamo, R. (1995). *Una nueva cultura empresarial para el turismo*. Bogotá: vol 5.
- Ministerio de Turismo. (2006). Plandetur Objetivos, estrategias y políticas de actuación. *Plan estratégico de desarrollo de turismo*,. Quito: MINTUR . p. 25, 38.
- Ministerio de Turismo. (2017). Conceptualización del inventario. en m. d. Ecuador, *guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador* (pp. 4- 7). Guayaquil: Briceño.

- Ortiz, M. (2017). *Marketing. conceptos y aplicaciones*. Barranquilla: Verbum.
- Pérez Lago & Lázaro. (2010). Identificación. *Endescripción y evaluación de impacto ambientales*. Cuba.
- Ministerio de turismo. (2006). Plandetur Objetivos, estrategias y políticas de actuación. *Plan estratégico de desarrollo de turismo*., Quito: MINTUR. p. 25, 38.
- Sendin & Asociados. (2006). *Diseño y empresa*. Madrid: Limite Visual.
- Silva, H., Juliao, D., Ortiz, M., Martínez, D., González, J., & Giraldo, M. (2014). *Marketing*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Turydes. (28 de 09 de 2017). *Diagnóstico turístico*. Recuperado el 17 de marzo 2018. Diagnóstico turístico. consultado el 1 de octubre del 2012. Disponible en línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/07/fpl.htm>.: <http://www.eumed.net/rev/turydes/07/fpl.htm>.
- Valdez, R. S. (1998). *Diagnóstico empresarial*. México: Trillás.

XIII. ANEXOS

Anexo 1 ficha de inventario turístico

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0		
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALES																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																
1.2 Categoría																
1.3 Tipo																
1.4 Subtipo																
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																
2.1 Provincia																
2.2 Cantón																
2.3 Parroquia																
2.4 Barrio, Sector o Comuna																
2.5 Calle Principal																
2.6 Número																
2.7 Transversal																
2.8 Latitud (grados decimales)																
2.9 Longitud (grados decimales) Click																
2.10 Altura (msnm)																
2.11 Información del administrador																
a. Tipo de Administrador:																
b. Nombre de la Institución:																
c. Nombre del Administrador:																
d. Cargo que ocupa:																
e. Teléfono / Celular:																
f. Correo Electrónico:																
Observaciones:																
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																
a. Clima:																
b. Temperatura(°C):																
c. Precipitación Pluviométrica (mm):																
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																
a. Cultura <input type="checkbox"/>																
b. Naturaleza <input type="checkbox"/>																
c. Aventura <input type="checkbox"/>																
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																
a. Prístino <input type="checkbox"/>																
b. Primitivo <input type="checkbox"/>																
c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>																
d. Rural <input type="checkbox"/>																
e. Urbano <input type="checkbox"/>																
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																
a. Tipo de Ingreso																
b. Horario de Atención																
c. Atención																
Ingreso																
Salida																
Todos los días																
Fines de semana y feriados																
Solo días hábiles																
Otro																
Especificar																
Libre <input type="checkbox"/>																
Restringido <input type="checkbox"/>																
Pagado <input type="checkbox"/>																
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>																
f. Forma de Pago:																
Efectivo <input type="checkbox"/>																
Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>																
Depósito Bancario <input type="checkbox"/>																
Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>																
e. Precio: Desde Hasta																
Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>																
Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>																
Cheque <input type="checkbox"/>																
g. Meses recomendables de visita:																
Observaciones:																
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: km																
c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: de h/min																
d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: Long.:																
Observaciones:																
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																
Tipo de vía																
Coordenada de inicio																
Coordenada de fin																
Distancia (km)																
Tipo de material																
Estado																
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>																
a. Primer orden <input type="checkbox"/>																
b. Segundo orden <input type="checkbox"/>																

		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>						
Observaciones:								
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida		<input type="checkbox"/>		Puerto / Muelle de Llegada		<input type="checkbox"/>
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada		
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada		
Observaciones:								
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>				Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>								
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>			
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>			
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique						
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia Sem Men Eve			d. Detalle (Traslado origen / destino)			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>								
d. No es <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Discapacidad General Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intellectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>
Observaciones:								
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>								
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>				
Observaciones:								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/>								
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento s <input type="checkbox"/>	Establecimiento registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	
Hotel <input type="checkbox"/>				Hotel <input type="checkbox"/>				
Hostal <input type="checkbox"/>				Hostal <input type="checkbox"/>				
Hostería <input type="checkbox"/>				Hostería <input type="checkbox"/>				
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>				Hacienda Turística <input type="checkbox"/>				
Lodge <input type="checkbox"/>				Lodge <input type="checkbox"/>				
Resort <input type="checkbox"/>				Resort <input type="checkbox"/>				

Refugio	<input type="checkbox"/>				Refugio	<input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>				Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>				Restaurantes	<input type="checkbox"/>			
Cafeterías	<input type="checkbox"/>				Cafeterías	<input type="checkbox"/>			
Bares	<input type="checkbox"/>				Bares	<input type="checkbox"/>			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>				Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>				Mayoristas	<input type="checkbox"/>			
Internacionales	<input type="checkbox"/>				Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Operadoras	<input type="checkbox"/>				Operadoras	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:					Observaciones:				
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>				Aventura	<input type="checkbox"/>				Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
						B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	I-Tur	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y equipo de especialización <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías de <input type="checkbox"/>	Alquiler y de <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías de <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento exposición <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Fecha de b. Denominación: declaración:	c. Alcance:	
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			

7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>				
Agua: <input type="checkbox"/>				Agua <input type="checkbox"/>				
Especifique:				Especifique:				
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>				Energía eléctrica <input type="checkbox"/>				
Especifique:				Especifique:				
Saneamiento: <input type="checkbox"/>				Saneamiento: <input type="checkbox"/>				
Especifique:				Especifique:				
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				Disposición de desechos <input type="checkbox"/>				
Especifique:				Especifique:				
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
<input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	De información botánica					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Normativos de concienciación					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señalética interna de seguridad					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Otros							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>				
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>				Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>				

Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	Car		Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	Car	
Dispensario médico <input type="checkbox"/>			Dispensario médico <input type="checkbox"/>		
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		
Otros <input type="checkbox"/>			Otros <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>					
a. Privada <input type="checkbox"/>	tail				
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>					

c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>	b <input type="checkbox"/>			
d. Otra	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:					
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>					
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>		
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>		Telefonía (M) <input type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>					
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>					
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:	Año de elaboración:
Observaciones:					
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Año de elaboración: 2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Especifique:
Observaciones:					
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>					
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>					
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>	
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d Otro <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>					
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>		
Observaciones:					
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>					

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:		
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre:		
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre:		
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre:		
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre:		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre:		
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre:		
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:		
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input type="checkbox"/>	Especifique		Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>			
d. Llegada de turistas			
<input type="checkbox"/> Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero
			Llegadas mensuales
			Total Anual
Ciudades de origen			Países de origen
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave:		Contactos:	
Demanda según días de visita <input type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input type="checkbox"/>	
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones:			

12. RECURSO HUMANO						SI	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/>				d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/>					
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>		f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input type="checkbox"/>				g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input type="checkbox"/>			
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán				
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano				
Otro		Sensibilización de discapacidades	Otro	Chino	Otro				
Observaciones:									
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)									
14. ANEXOS									
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)									
Fuente:									
c. Ubicación gráfica del Atractivo									
Fuente:									
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)									
ELABORADO POR:			VALIDADO POR:			APROBADO POR:			
Apellido y Nombre			Apellido y Nombre			Apellido y Nombre			
Institución			Institución			Institución			
Cargo			Cargo			Cargo			
Correo Electrónico			Correo Electrónico			Correo Electrónico			
Teléfono			Teléfono			Teléfono			
Firma			Firma			Firma			
Fecha			Fecha			Fecha			

Anexo 2 fichas de resultado de evaluación técnica de atractivos parroquia 16 de Agosto

1. Cascada Sekonia

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	2
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	3,6
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11,2
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	8
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	40,8	

2. Cascadas Gemelas

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	3,6
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11,2
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	8
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	48,8	

3. Mirador río Pastaza

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	4,2
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11,2
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	8
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	7
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL			100	54,4

4. Sendero Paraíso

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO	
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	3,6
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	19
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11,2
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	8
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL			100	53,8

5. Río y Dique Ukey

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	3,6
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	19
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11,2
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	8
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	53,8

6. Río Malikahua

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	10
B PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	3,6
C ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	14
D HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	11,2
E POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	8
F ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
G DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	48,8

Anexo 3. Encuesta para turistas nacionales.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



Estimado/a

La presente encuesta contribuirá con el desarrollo del turismo en la parroquia 16 de Agosto en el cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.

Por favor conteste con absoluta sinceridad.

- 1. Género:**
 - a. Masculino () b. Femenino ()
- 2. En cuales de los siguientes rangos de edades se encuentra usted.**
 - a. 15 – 25 años () b. 26 – 35 años () c. 36 – 45 años ()
 - d. 46 – 55 años () e. Mayor a 56 años ()
- 3. Lugar de procedencia: _____.**
- 4. Conoce usted o ha escuchado acerca de la parroquia 16 de Agosto del cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.**

Si () No ()
- 5. Le interesaría visitar la parroquia 16 de Agosto del cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.**

Si () No ()
- 6. Que servicios le gustaría utilizar en la parroquia 16 de Agosto en el cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.**
 - a. Alimentación () b. Hospedaje () c. Guianza () d. Otros ()
- 7. Que actividades le gustaría realizar en la parroquia 16 de Agosto en el cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.**
 - a. Recorridos en granja () b. Turismo vivencial ()
 - c. Caminatas por selva () c. Ciclismo ()
 - d. birdwatch () e. agroturismo ()
- 8. Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la parroquia 16 de Agosto en el cantón Palora, Provincia de Morona Santiago.**
 - a. Típica de la zona () b. Vegetariana ()
 - c. Nacional () d. Internacional ()
- 9. Cuando usted viaja cuál es su promedio de estadía**
 - a. 1 día () b. 2 – 3 días () c. 4 – 5 días () d. más de 6 días ()
- 10. Con quien viaja usted**
 - a. Solo () b. Familia () c. En pareja () d. Amigos ()
 - e. Tour contratado () f. Guía privado ()
- 11. Cuando viaja generalmente cuánto gasta por día.**
 - a. 20 – 40 USD () b. 41 – 70 USD c. Más de 71 USD ()
- 12. Cuál es el medio que utiliza para viajar.**
 - a. Por agencia () b Sin agencia ()
- 13. Por medio de qué tipo de publicidad obtiene información turística.**
 - a. Radio () b. Tv () c. Prensa () d. Internet ()
 - e. Amigos () f. Otros ()

GRACIAS POR SU COLOABORACION

Anexo 4. Encuesta para turistas extranjeros

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO



Dear

This survey will contribute to the development of tourism in the parish of August 16 in the Palora canton, Province of Morona Santiago.

Please answer with absolute sincerity.

1. Gender:

- a. Male () b. Female ()

2. In which of the following age ranges are you.

- a. 15 - 25 years () b. 26 - 35 years () c. 36 - 45 years ()
 d. 46 - 55 years () e. Greater than 55 years ()

3. Place of origin _____**4. Do you know or have you heard about the August 16th parish of Palora canton, Province of Morona Santiago.**

- a. Yes () b. No ()

5. You are interested in visiting the parish of August 16, Palora canton, Province of Morona Santiago.

- a. Yes () b. No ()

6. What services would you like to use in the parish August 16 in the Palora canton, Province of Morona Santiago.

- a. Food () b. Lodging () c. Guidance () d. Others ()

7. What activities would you like to carry out in the parish of August 16 in the Palora canton, Province of Morona Santiago.

- a. Tours in farm () b. Experiential tourism ()
 c. Jungle walks () c. Cycling ()
 d. hiking () e. Agrotourism ()

8. What kind of food would you like to taste in the parish of August 16 in the Palora canton, Province of Morona Santiago.

- a. Typical of the area () b. Vegetarian ()
 c. National () d. International ()

9. In what season of the year do you travel.

- a. January - March () b. April - June ()
 c. July - September () d. October December ()

10. When you travel, what is your average stay?

- a. 1 day () b. 2 - 3 days () c. 4 - 5 days () d. more than 6 days ()

11. Who do you travel with?

- a. Only () b. Family () c. In pairs () d. Friends ()
 e. Contracted tour () f. Private guide ()

12. When traveling, usually how much you spend per day.

- a. 20 - 40 USD () b. 41 - 70 USD () c. More than 71 USD ()

13. What is the means you use to travel.

- a. By agency () b Without agency ()

14. By means of what type of publicity obtains tourist information.

- a. Radio () b. TV () c. Press () d. Internet ()
 e. Friends () f. Others ()

Thank you so much