



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

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA PUELA,
CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO

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

ANDREA MARÍA LOGROÑO CAZCO

Riobamba – Ecuador
2018

© **2018**, Andrea María Logroño Cazco.

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 PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA PUELA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**”, de responsabilidad de la Srta. Egresada Andrea María Logroño Cazco ha sido minuciosamente revisado por los miembros del tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

Econ. Flor María Quinchuela Pozo
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Msc. Carlos Renato Chávez Velásquez

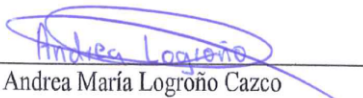
ASESOR DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD

Yo, Andrea María Logroño Cazco, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 01 Octubre de 2018.


Andrea María Logroño Cazco
060408170-3

Yo Andrea María Logroño Cazco 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



Andrea María Logroño Cazco

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres Angelita y Willan por haberme dado su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida y quienes con sus palabras de aliento no me han permitido decaer para poder llegar a ser una profesional.

A mi hermana Gaby por apoyarme en cada momento de mi vida.

A mi sobrino Julián que con su amor y ternura ha sido mi fuente de motivación para poder seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

A la ESPOCH por darme acogida todos estos años para poder formarme como profesional.

A mis profesores Econ. Flor Quinchuela e Ing. Carlos Renato Chavez por haber impartido sus conocimientos en las aulas de clase y por la paciencia brindada en todo este proceso.

A mis padres que, sin su apoyo, no hubiese podido lograr esta meta.

A mis mejores amigos Deli, Eli, Lore, Jonna por haber sido una parte fundamental en este proceso, gracias por compartir conmigo alegrías y tristezas sin esperar nada a cambio, gracias a Dios por haberles puesto en mi camino y brindarme estos seis años de amistad.

TABLA DE CONTENIDOS

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA PUELA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. IMPORTANCIA.....	1
B. PROBLEMA.....	2
C. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS	3
A. GENERAL.....	3
B. ESPECÍFICOS.....	3
IV. HIPÓTESIS.....	4
V. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
A. DISEÑO.....	5
B. TURISMO.....	6
C. SITUACIÓN.....	7
D. VIABILIDAD.....	8
E. COMERCIALIZACIÓN.....	17
F. PRODUCTIVO.....	17
G. ADMINISTRACIÓN.....	17
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	19
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	19
B. MATERIALES Y MÉTODOS.....	21
C. METODOLOGÍA.....	21
VII. RESULTADOS.....	27
A. VALIDACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA PUELA.....	27
B. VIABILIDAD TÉCNICA DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	65
C. VIABILIDAD SOCIO-AMBIENTAL.....	78
D. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA.....	90
VIII. CONCLUSIONES.....	94
IX. RECOMENDACIONES.....	95
X. RESUMEN.....	96
XI. SUMMARY.....	98
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	99
XIII. ANEXOS.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ponderación de criterios: atractivos naturales y culturales.	22
Tabla 2. Rangos de jerarquización.	22
Tabla 3. Relieve de la parroquia Puela.	27
Tabla 4. Formaciones geológicas de la parroquia Puela.	27
Tabla 5. Ordenes de suelos de la parroquia Puela.	28
Tabla 6. Uso y cobertura del suelo de la parroquia Puela.	28
Tabla 7. Información climática de la parroquia Puela.	29
Tabla 8. Ecosistemas de la parroquia Puela.	29
Tabla 9. Ecosistemas para servicios ambientales de la parroquia Puela.	31
Tabla 10. Población de la parroquia Puela.	31
Tabla 11. Instituciones de apoyo.	37
Tabla 12. Resumen de atractivos naturales y culturales.	38
Tabla 13. Edad de turistas encuestados.	40
Tabla 14. Género de turistas encuestados.	41
Tabla 15. Procedencia de turistas encuestados.	42
Tabla 16. Nivel de educación de turistas encuestados.	43
Tabla 17. Motivo de viaje de turistas encuestados.	44
Tabla 18. Acompañamiento de viaje de turistas encuestados.	45
Tabla 19. Conocimiento de la parroquia Puela de turistas encuestados.	46
Tabla 20. Disposición para realizar actividades de turismo de turistas encuestados.	46
Tabla 21. Preferencia para conocer atractivos de turistas encuestados.	47
Tabla 22. Actividades ha realizar en la parroquia de turistas encuestados.	48
Tabla 23. Servicios con los que les gustaría a los turistas encuestados.	49
Tabla 24. Gasto promedio de turistas encuestados.	50
Tabla 25. Días a permanecer en la parroquia de turistas encuestados.	51
Tabla 26. Medios que prefieren informarse de turistas encuestados.	52
Tabla 27. Perfil turistas encuestados.	53
Tabla 28. Infraestructura básica de la parroquia Puela.	54
Tabla 29. Caracterización del servicio de hospedaje.	54
Tabla 30. Caracterización del servicio de alimentación.	55
Tabla 31. Caracterización del servicio de recreación, diversión y esparcimiento.	57
Tabla 32. Superestructura turística.	57
Tabla 33. Centros de turismo comunitario de la CORDTUCH.	58
Tabla 34. Proyección de la competencia.	59
Tabla 35. Demanda insatisfecha.	59
Tabla 36. Proyección de la demanda insatisfecha.	59
Tabla 37. Determinación de la demanda objetiva.	60
Tabla 38. Proyección de la demanda objetiva.	60
Tabla 39. Talento humano.	64
Tabla 40. Activos fijos.	64
Tabla 41. Activos diferidos.	65
Tabla 42. Gastos de promoción y publicidad.	65
Tabla 43. Consumo aparente de clientes nacionales.	65
Tabla 44. Consumo aparente de clientes extranjeros.	65
Tabla 45. Consumo aparente por actividades.	66
Tabla 46. Demanda potencial de turistas extranjeros por actividades.	66

Tabla 47. Puela aventura total.....	68
Tabla 48. Puela descanso a plenitud.....	70
Tabla 49. Estructura paquete 01.....	72
Tabla 50. Estructura paquete 02.....	73
Tabla 51. Costo paquete 01 Puela aventura total.....	75
Tabla 52. Costo paquete 02 Puela descanso a plenitud.....	75
Tabla 53. Talento humano.....	77
Tabla 54. Activos fijos.....	78
Tabla 55. Materias primas e insumos.....	78
Tabla 56. Matriz de Lázaro Lagos.....	81
Tabla 57. Matriz de cuantificación.....	82
Tabla 58. Estudio ambiental.....	83
Tabla 59. Marco legal requerido para el producto turístico.....	85
Tabla 60. Requisitos para formar la organización.....	86
Tabla 61. Requisitos para el funcionamiento.....	86
Tabla 62. Requerimientos de talento humano.....	86
Tabla 63. Activos fijos.....	87
Tabla 64. Activos diferidos.....	87
Tabla 65. Permisos de funcionamiento.....	87
Tabla 66. Otros.....	88
Tabla 67. Manual de cargos y funciones.....	89
Tabla 68. Inversión.....	90
Tabla 69. Fuentes de financiamiento.....	90
Tabla 70. Pago de la deuda.....	91
Tabla 71. Depreciación de activos fijos.....	91
Tabla 72. Amortización de activos diferidos.....	91
Tabla 73. Estructura de costos y gastos.....	91
Tabla 74. Presupuesto de ingresos.....	92
Tabla 75. Estado de resultados.....	92
Tabla 76. Flujo de caja.....	92
Tabla 77. Evaluación financiera.....	93
Tabla 78. Cascada Ojo del Fantasma.....	105
Tabla 79. Río Puela.....	115
Tabla 80. Aguas Termales.....	125

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mapa de localización de la parroquia Puela.....	19
Gráfico 2. Edad de turistas encuestados.....	40
Gráfico 3. Género de turistas encuestados.....	41
Gráfico 4. Procedencia de turistas encuestados.....	42
Gráfico 5. Nivel de educación de turistas encuestados.....	43
Gráfico 6. Motivo de viaje de turistas encuestados.....	44
Gráfico 7. Acompañamiento de viaje de turistas encuestados.....	45
Gráfico 8. Conocimiento de la parroquia Puela de turistas encuestados.....	46
Gráfico 9. Disposición para realizar actividades de turismo de turistas encuestados.....	47
Gráfico 10. Preferencia para conocer atractivos de turistas encuestados.....	48
Gráfico 11. Actividades ha realizar en la parroquia de turistas encuestados.....	49
Gráfico 12. Servicios con los que les gustaría a los turistas encuestados.....	50
Gráfico 13. Gasto promedio de turistas encuestados.....	51
Gráfico 14. Días a permanecer en la parroquia de turistas encuestados.....	51
Gráfico 15. Medios que prefieren informarse de turistas encuestados.....	52
Gráfico 16. Logotipo Adventure Puela.....	60
Gráfico 17. Página Web Adventure Puela.....	61
Gráfico 18. Red social Adventure Puela.....	62
Gráfico 19. Tarjetas de presentación Adventure Puela.....	62
Gráfico 20. Volantes Adventure Puela.....	63
Gráfico 21. Macrolocalizacion del producto turístico.....	67
Gráfico 22. Microlocalización del producto turístico.....	67
Gráfico 23. Flujograma del paquete 01.....	76
Gráfico 24. Flujograma del paquete 02.....	77
Gráfico 25. Organigrama estructural.....	88
Gráfico 26. Organigrama funcional.....	89

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA PUELA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

El turismo es un producto de la modernidad y de la sociedad industrial inserto en la aldea global, compleja, intercomunicada e interdependiente (Santana, 1997) una actividad necesariamente compatible con el medio ambiente y con el medio social en el que se inserta (Sánchez & García, 2003). Según la OMT (2010) aparte de generar dinero, además apoya a la creación de empleos y micro empresas beneficiando desde los grandes hoteles hasta los pequeños artesanos. En relación a lo mencionado el turismo ha sido catalogado como una actividad económica prioritaria, declarada Política de Estado por su aporte al desarrollo debido a la generación de empleo y distribución de la riqueza (Durban, 2015).

Los cambios que se están produciendo en la actividad turística en los últimos años están llevando a la creación de nuevos productos turísticos a nivel mundial, destacando los relacionados con las raíces locales y regionales (López & Sánchez, 2008). En este sentido, el turismo se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio de la participación comunitaria como una posible solución a los efectos negativos del turismo de masas en los Países en Vías de Desarrollo, permitiendo, al mismo tiempo, ser una estrategia para la organización de la propia comunidad (López & Sánchez, 2009).

Ecuador mejora su oferta con la inclusión de nuevos productos turísticos, uno de estos es el turismo comunitario que aprovechado el gran legado cultural de las comunidades indígenas, negras y campesinas, buscan una nueva alternativa para estas poblaciones con un valor agregado adicional que es el respeto, la protección, la convivencia armónica con la naturaleza (González, 2008) al presenta una posición privilegiada, diversos ecosistemas, climas y microclimas imaginables, bellezas escénicas, entre otros atributos, considerado entre los 17 países megadiversos del mundo, considerando la biodiversidad marina y terrestre en un territorio de tan sólo 283.520 km² (Calles, 2014) lo cual ha permitido dividir el territorio en cuatro regiones: Andes, Costa, Amazonia y la región insular (Jiménez, 2009) tal es el caso de la región Sierra que se caracteriza por sus impresionantes elevaciones montañosas, volcanes y nevados e sus 10 provincias, una de ellas la provincia de Chimborazo.

Los productos turísticos a nivel de la provincia de Chimborazo se enmarca en un modelo integrado de desarrollo, pero considerando no sólo la participación comunitaria sino más bien el control directo de la comunidad en la planificación y gestión de las iniciativas, además de constituirse en la propietaria del negocio turístico (Inostroza, 2018) al contar con una diversidad de expresiones culturales y recursos naturales, caracterizándose por ser un territorio rico en tradiciones, música, danza, creencias y medicina, presenta un paisaje privilegiado propio de la sierra en sus 10 cantones, entre los cuales se encuentra el cantón Penipe (Torres, 2010) con una extensión territorial de 240 km² presenta 6 parroquias rurales entre ellas la parroquia Puela, misma que en su territorio conserva una tierra productiva, con atractivos naturales como son: las

chorreras del Batán, el ojo del Fantasma y el Tambo, la cueva de los Tayos, las aguas termales y minerales y los ríos Puela, Flautas y Laurel; además de manifestaciones culturales como sus tradiciones, rituales, actos festivos, artesanías y gastronomía típica. Atractivos con potencial para desarrollar actividades turísticas de naturaleza, comunitario, agroturismo, gastronómico, aventura, entre otras.

En este contexto, el diseño de productos turísticos para los territorios con potencial se convierte en una alternativa de desarrollo local que contribuirán a dinamizar la economía de manera planificada bajo lineamientos y estrategias que permitan el aprovechamiento responsable del patrimonio natural y cultural.

B. PROBLEMA

La parroquia Puela presenta en su extensión territorial atractivos de carácter natural y cultural, los cuales son visitados por turistas del cantón Penipe, debido al desconocimiento de la existencia de estos atractivos por los turistas potenciales nace la necesidad de diseñar un producto turístico en función a las características territoriales, abarcando actividades turísticas de interés, convirtiéndose en una herramienta de desarrollo turístico para la parroquia que generé beneficios a través de réditos económicos.

C. JUSTIFICACIÓN

El continuo crecimiento cuantitativo del turismo está siendo acompañado en las últimas décadas de profundos cambios cualitativos, que obligan a pensar periódicamente la oferta con el fin de adaptarla a los nuevos gustos y demandas de los consumidores. Es evidente que estos cambios implican un consumidor exigente, para quien el tiempo de ocio forma parte esencial de su autorrealización personal y social (Cuenca, 2001).

En la actualidad, el diseño de productos turísticos se convierte en una herramienta de planificación estratégica y operativa que enlazan actividades turísticas coordinando esfuerzos públicos, privados y comunitarios; lo que conlleva constituir productos de calidad e innovadores que satisfagan a los clientes, en función a sus necesidades y expectativas, con el objetivo de alcanzar y mantener una posición competitiva en el mercado.

La parroquia Puela, es un territorio de importancia escénica natural y cultural, el mismo puede ser aprovechado como una estrategia de desarrollo turístico para dinamizar su economía, hacer partícipes a su población como protagonistas en el desarrollo de actividades turísticas. El diseño del producto turístico brindará experiencias nuevas en un medio natural, será rentable, creará empleos directos e indirectos favoreciendo la economía local y manteniendo viva la cultura viva de su gente, por lo cual se desarrollará el estudio comercial, productivo, legal - administrativo, ambiental y económico - financiero.

La actual administración del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial toma el desafío de convertir al territorio a la misma en un destino turístico competitivo que oriente la gestión turística sostenible del territorio; apoyándose en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización para el cumplimiento de una de sus competencias exclusivas, artículo 65, literal d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas “contemplado al turismo como actividad productiva”.

III. OBJETIVOS

A. GENERAL

Diseñar un producto turístico para la parroquia Puela, cantón Penipe, provincia de Chimborazo.

B. ESPECÍFICOS

1. Validar el potencial turístico de la parroquia Puela.
2. Elaborar la viabilidad técnica del producto turístico.
3. Determinar la viabilidad socio-ambiental.
4. Determinar la viabilidad económica financiera.

IV. HIPÓTESIS

El diseño de un producto turístico para la parroquia Puela, ayudará al desarrollo turístico del territorio y a la generación de beneficios económicos, ambientales, sociales y culturales que beneficiará al buen vivir de la población.

V. REVISIÓN DE LITERATURA

A. DISEÑO

Un diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. Para poder llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos métodos y técnicas de modo tal que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y de este modo lograr la apariencia más idónea y emblemática posible (Panesso & Damarco, 2012).

Por otro lado, el diseño es el proceso consciente y deliberado por el cual elementos, componentes, potenciales, tendencias, etc. se disponen de forma intencionada en el continuo espacio-tiempo con el fin de lograr un resultado deseado. En su expresión más potente, diseño es imaginar y alumbrar nuevos mundos. Podríamos decir que el diseño es una actividad muy humana (Munari & Cantarell, 1979). El momento del diseño implica una representación mental y la posterior plasmación de dicha idea en algún formato para exhibir cómo será la planificación de alguna actividad en específico (Frascara & Frascara, 1998).

1. Producto

El marketing establece que un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos, etc.). El producto no material, por su parte, se denomina servicio (Franco *et al.*, 2016). Además, un producto es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso (Acerenza, 1990) por otra parte la OMT, (1998) define al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado a manera de bienes materiales e inmateriales en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

2. Diseño de productos turísticos

El producto turístico tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia las fases del ciclo de vida de un producto son: lanzamiento, crecimiento, madurez, declive. De este modo, el desarrollo turístico deja de ser visto conceptualmente como fruto del azar y se convierte en una actividad cuya mayor o más acertada evolución pasa a depender de estrategias de diseño, promoción y comercialización cuidadosamente estudiadas y planificadas (Gurría, 2000).

El producto turístico engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de bienes y servicios (Pérez, 2017) un producto turístico está conformado por un conglomerado de atributos tangibles e intangibles, ensamblados por el turista, que tiene una organización de servicio como centro de referencia, pero que no es únicamente gestionado por ella; que explota recursos turísticos como atractivos (sean atractivos naturales y/o socioculturales), soportados con la infraestructura necesaria gestionada por los gobiernos locales, y brinda servicios que permiten el

desarrollo de actividades turísticas, todo lo cual confluye en un espacio local determinado; es ofertado en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio, generando flujos turísticos en búsqueda de los beneficios: experiencias y aprendizajes (Muñoz, 2006).

a. Componentes de un producto turístico

Un producto turístico se diseña sobre la base del sistema turístico que está constituido por un conjunto de elementos o componentes interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, sea como turistas o como anfitriones. El turismo se estructura en cuatro componentes sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes (Tierra, 2006).

b. Diseño de un producto turístico

1) Paquete turístico

También, el paquete turístico, es el producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta. Para elaborar un paquete turístico es importante conocer todos los tipos de actividades de ocio existentes; por ejemplo, se pueden elaborar programas locales dentro de un centro turístico o una localidad. También se pueden realizar visitas a parques nacionales, museos, plazas, etc. Se pueden contemplar las opciones de los city tour, tours de compras, turno turno, etc. Además de los programas regionales o circuitos turísticos. Una vez conseguido un mayor conocimiento de los tipos de paquetes turísticos existentes y las posibilidades que aporta el destino, se debe proceder con la elaboración del paquete en sí mismo (Olivos, 2016).

2) Elementos del paquete turístico

Los elementos de un paquete turístico son: nombre del paquete, codificación (numeración), duración (horas, días, noches), carácter: historia, naturaleza, cultura, aventura, tiempo de actividades (inicio, duración), itinerario y descripción de actividades (en orden de visita listado de atractivos naturales y culturales), dificultad (fácil, moderado, difícil), servicios que se incluyen, servicios que no se incluyen, precio (por número de pasajeros), observaciones, mapa y fotografía (Gil *et al.*, 2002).

B. TURISMO

El turismo se constituye como la actividad o conjunto de actividades que realiza el ser humano, que consiste en viajar por placer, fuera de su entorno habitual (Bernier, 2015). En las últimas décadas, el turismo se ha transformado en una de las industrias más importantes del mundo, en este contexto es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria, este concepto incluye las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio, el turismo resulta muy importante no solo desde el punto de vista social y cultural, sino que también en cuanto a lo económico (Perona *et al.*, 2016) también, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico donde se realizan actividades las cuales algunas implican un gasto turístico (FITUR, 2009).

En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la contribución económica que se refiere al efecto directo y el impacto económico de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos (Rodríguez, 1983). Gracias al turismo aumenta notablemente la inversión en construcciones de infraestructura, y edificaciones, genera un mayor nivel de desarrollo en las áreas involucradas, los medios de transporte suelen ser mejorados en cuanto a la calidad y la frecuencia, así como también aumentan las divisas, las tasas de desempleo disminuyen notablemente, generando un mayor bienestar en las comunidades afectadas (Muñoz *et al.*, 2015).

C. SITUACIÓN

Se define a situación como el accionar y las consecuencias de situar o de situarse (colocar a una persona o a una cosa en un cierto lugar). El término también se utiliza para nombrar la forma en la que se dispone algo en un determinado espacio (Salcedo, 2016). El análisis de las situaciones dentro de los grupos sociales, de las comunidades y formas familiares, debe contar con el fenómeno según el cual sea la definición de la situación dada por esos grupos humanos, así estará condicionada la realidad que dichos grupos vivan, identificando sus factores económicos, organizacionales, productivos entre otros (Domench, 2003).

1. Situación actual del territorio

Para que los actores territoriales puedan construir una propuesta consensuada de futuro y una estrategia para su desarrollo, incorporándose gradualmente a plataformas de concertación, es necesario comprender la situación actual del mismo, en sus varias dimensiones, así como su organización espacial. Asimismo, es necesario identificar e interpretar sus principales tendencias y los procesos de cambio en el territorio. Finalmente, hay que integrar y validar, a través de consultas con dichos actores, los resultados de ese análisis de las dinámicas territoriales resultantes de esas tendencias y transformaciones, así como su estructuración espacial (Samper, 2016).

La situación actual del territorio se puede determinar por varias fuentes de información secundaria de estudios de entidades públicas y privadas, información sobre estadísticas y censos, cartas topográficas, oficinas de turismo local y regional referente a la zona de estudio; determinándose en los siguientes ámbitos:

a. Ámbito físico espacial

En este ámbito se tiene lo siguiente: localización y ubicación geográfica, superficie, orografía e hidrografía.

b. Ámbito ecológico – territorial

En este ámbito se tiene lo siguiente: climatología: temperatura, altitud, precipitación pluvial, ecología: zonas de vida, biodiversidad, áreas protegidas, zonas de riesgo: zonas de riesgo por deslizamiento y por inundaciones.

c. Ámbito socio – cultural

En este ámbito se tiene lo siguiente: antecedentes históricos, características básicas de la población: idioma, población cantonal, migración, alfabetismo y analfabetismo, servicios básicos

disponibles: salud, vías, transporte terrestre, comunicaciones, vivienda, abastecimiento de agua, tratamiento de agua, alcantarillado sanitario, eliminación de basura, energía eléctrica.

d. Ámbito económico – productivo

En este ámbito se tiene lo siguiente: población económicamente activa, sector productivo: agricultura, producción pecuaria, artesanía, minería, remesas, servicios financieros.

e. Ámbito político institucional

En este ámbito se tiene lo siguiente: límites, organización política del cantón, organización política institucional: instituciones públicas, organizaciones privadas (olivares, 2000).

D. VIABILIDAD

La definición de viabilidad en términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica. De una manera sencilla se puede considerar el concepto viabilidad como la opción de que un proyecto se pueda llevar a cabo, con una cierta continuidad en el tiempo. Para ello debe tenerse en cuenta los recursos que precisa, los que tiene y la capacidad para obtenerlos. En el caso de que cuente con los suficientes medios para ejecutar la idea empresarial, se podría decir que el proyecto es viable (Herrera, 2005).

1. Viabilidad comercial

Para saber el grado de viabilidad comercial, en primera instancia se debe conocer el concepto de mercado, que es un campo de actividad que interrelaciona en acción contradictoria a oferentes y demandantes de un determinado bien o servicio, en un espacio territorial determinando precio y cantidad intercambiada por un periodo de tiempo. Conociendo el concepto, se debe estudiar y analizar las características de los diferentes mercados, respecto al comportamiento de ambos actores como son los oferentes y demandantes. Respecto a la demanda, deben de conocer cada una de las determinantes, que influyen en su comportamiento como: El precio, los gustos, precios de sustitutos, precios de complementarios, ingreso y por último el número de demandantes. Al margen de ello también deben de conocer las relaciones funcionales con cada una de ellas, si son relaciones directas o inversas y cuál es el efecto comercial en cada una (Roura & Cepeda, 1999).

a. Estudio de mercado

El estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio, en el cual se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución (Jaramillo *et al.*, 2017) consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. De esta manera, a través del estudio de mercado, la persona que tiene la idea de emprender, puede diseñar un buen plan de negocio al que acogerse, ya sea para lanzar dicha nueva idea o para ofertar un nuevo producto (Wilson, 2005).

1) Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es caracterizar y cuantificar la población actual, el de los próximos años y definir, en calidad y cantidad, los bienes y servicios necesarios para atenderla. Es decir, debemos definir y analizar las principales variables que inciden e incidirán en el comportamiento de la población que demandaría el bien o servicio (Collazos, 2002).

a) Segmentación de mercado

La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing. Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta (Kotler, 2001). 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 (Meiriño *et al.*, 2016) se divide y segmenta 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 (Ciribeli & Miquelito, 2015).

b) Universo

El universo se puede definir en forma fácil, preguntándose cuál es el perfil y en base de éste, contestándose, cuántos son los clientes con este perfil y donde se encuentran, para el efecto emplee la información secundaria existente (Muñoz, 2015).

c) Muestra

Es una técnica usada en estadística que es indispensable en la investigación científica para seleccionar a los sujetos a los que les aplicaremos las técnicas de investigación elegidas, según el enfoque en que se trabaje (cuantitativo, cualitativo o mixto), en la mayoría de los proyectos de investigación utilizamos una muestra (Berganza & Ruiz, 2005).

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 (Padilla, 2016). Recordando que no es suficiente hacer la proyección en base a datos históricos, el instrumento debe ser aplicado para hacer el estudio de la demanda, fundamentalmente debe contener preguntas que permitan definir el o los productos que se ofertaran en el mercado (gustos y preferencias). El instrumento de investigación de la demanda puede ser empleado también para conocer aspectos relacionados con la competencia, considerando el punto de vista de los potenciales clientes del producto (Muñoz, 2015).

2) Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado. El

propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto (Kotler, 2001).

a) Inventario de atractivos

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico (MINTUR, 2017).

i. Recursos turísticos

Un recurso es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio (Castillo, 2012) pueden generar el interés suficiente para motivar el desplazamiento o visita del público, y que representan el elemento básico de la elección del destino (Valencia, 2005).

ii. Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos son lugares, objetos o acontecimientos que cuenta con aptitud turística registrada y evaluada, que motiva al turista a visitarlo y permanecer cierto tiempo en él Garcés (1994) también, Garcés (1994) enuncia “atractivo turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento que cuenta con aptitud turística registrada y evaluada, que motiva al turista a visitarlo y permanecer cierto tiempo en él”.

(a) Clasificación de atractivos turísticos

Atractivos naturales

Los atractivos naturales muestran la biodiversidad de un territorio; se expresa en parques naturales, reservas naturales, parajes naturales, paisajes, cuevas, fuentes de aguas termales, manantiales, playas, ríos, flora, fauna (Valencia, 2005).

Atractivos culturales

Los atractivos culturales se encuentran vinculados al patrimonio tangible e intangible, relativo a gastronomía, tradiciones, fiestas y manifestaciones culturales, artesanía, eventos especiales, ferias, jornadas (Valencia, 2005).

(b) Inventario de atractivos turísticos

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 (Ministerio de Turismo, 2017) de otra forma Garcés (1994) manifiesta que el inventario de atractivos turísticos como el registro y evaluación de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área geográfica determinada.

Se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos y oferta del atractivo, lo que finalmente determinará una jerarquía. Estos criterios tienen sustento en los índices de competitividad turística establecidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Criterios relacionados con el índice de competitividad turística:

- Accesibilidad y Conectividad
- Planta Turística /Servicios
- Actividades que se practican (Opciones recreacionales)
- Estado de conservación e integración atractivo / entorno
- Políticas y regulaciones
- Salud e higiene
- Seguridad turística

Criterios relacionados con la demanda:

- Tipo de visitante y afluencia
- Difusión (MINTUR, 2017).

Jerarquización: los atractivos turísticos una vez valorados acorde a la ponderación de criterios antes descrita, permiten conocer el grado de interés y las opciones de visita en el atractivo. Esta valoración dará como resultado una puntuación que se enmarca dentro de una jerarquía que va en una escala de I a IV. Las jerarquías corresponden a un proceso de cualificación con base en la revisión de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (MINTUR, 2004) con criterios propuestos por la OEA, que se ha adoptado en el país como base para el levantamiento de atractivos turísticos, conforme se resume a continuación:

- **Jerarquía IV:** atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
- **Jerarquía III:** atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
- **Jerarquía II:** atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales.
- **Jerarquía I:** atractivo sin mérito suficiente para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del Inventario de Atractivos Turísticos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
- **Recurso:** es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo (MINTUR, 2017).

3) Análisis de la competencia

La competencia es considerada como aquellas empresas o proyectos que producen bienes y/o servicios similares a los que se quieren poner en el mercado, para analizar a los competidores, es necesario elaborar un instrumento que le permita coleccionar información para saber sus nombres, su ubicación, conocer la cantidad de clientes que están atendiendo, cuales son los precios, cuales son los canales de distribución, cuales son los medios de promoción y publicidad que emplean, cuales

son las formas de cobro que emplean, donde compran las materias primas, cuál es el proceso productivo que emplean, cuáles son sus fortalezas, cuáles son sus ventajas competitivas, cuáles son sus desventajas, cuáles son sus debilidades (Muñoz, 2006).

2. Viabilidad productiva

El estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas (Rosales, 2005) son recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, otros., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto (Aragua, 2013). En este marco analítico un estudio técnico engloba las siguientes etapas: objetivo, tecnología, determinación del tamaño del proyecto, determinación de la localización del proyecto, unidad productora: procedimiento técnico utilizado, determinación de la organización humana y jurídica para la operación del proyecto (Portales, 2011).

a. Canales de distribución

Está determinada por la capacidad financiera del proyecto, ubicación del consumidor o usuario, tipo de producto y factores diversos (legislación, convenios, tradicionales). En la distribución se tiene en cuenta la posición en el mercado, área de influencia, regionalización, variedad de oferta, sistemas de ventas y comportamientos, la distribución establece el medio por el cual el producto pasará del productor al consumidor final.

b. Estrategias de promoción y publicidad

La selección de los medios publicitarios depende de la ubicación de los consumidores, su nivel de educación, el grado de desarrollo de la zona de influencia del proyecto y el tipo de producto que se vendrá. La publicidad debe estar acompañada de campañas promocionales, que estimulen al cliente, como la de “paga dos lleve tres”, o entregar un artículo adicional al hacer la compra.

c. Determinación del precio del producto

Para establecer los precios relativos debe efectuarse una comparación con otros precios, casi todos los modelos económicos, como la oferta y la demanda relacionan el comportamiento individual con variaciones en los precios relativos no absolutos (Díaz, 2013).

d. Marca de la empresa

La marca es el elemento "clave" que les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes (actuales y potenciales) (Thompson, 2012) proporciona identidad y diferenciación a los productos o servicios aumentando su valor respecto a los que no tienen marca. En la mayoría de los países, una marca debe cumplir dos requisitos para registrarse y validarse: debe tener carácter distintivo y ser susceptible de una representación gráfica; es decir, la marca debe ser única y aceptar una ilustración de la misma, con el fin de generar mayor recordación en la mente del consumidor (Salcedo, 2008).

3. Rentabilidad económica financiera

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos-financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que

un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económicas son herramientas de uso general, lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática. (Martínez, 2008) el estudio económico financiero se elabora teniendo en cuenta toda la información y los datos obtenidos en las anteriores fases del Plan de Empresa y, como mínimo, su resultado nos indicará los fondos que necesitaremos para llevar a la práctica el Plan de Empresa descrito (Miranda, 2005).

a. Análisis económico

1) Activo fijo

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, entre otros (García & Colín, 2008).

Para que un bien sea considerado activo fijo debe cumplir las siguientes características:

- Ser físicamente tangible.
- Tener una vida útil relativamente larga (por lo menos mayor a un año o a un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor).
- Sus beneficios deben extenderse, por lo menos, más de un año o un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor. En este sentido, el activo fijo se distingue de otros activos (útiles de escritorio, por ejemplo) que son consumidos dentro del año o ciclo operativo de la empresa.
- Ser utilizado en la producción o comercialización de bienes y servicios, para ser alquilado a terceros, o para fines administrativos. En otras palabras, el bien existe con la intención de ser usado en las operaciones de la empresa de manera continua y no para ser destinado a la venta en el curso normal del negocio (Rojo, 2014).

2) Activo diferido

Se entiende por activo diferido el cargo diferido; es decir, el gasto pagado por anticipado. Representa tanto los costes como los gastos que la empresa consumirá en el futuro pero que se pagan de forma anticipada. Es decir, se trata de unos gastos ya pagados, pero aún no utilizados (Perdiguero, 2005).

3) Capital de trabajo

Todo capital de trabajo se sustenta o conforma a partir de la unión de varios elementos fundamentales. Entre los mismos, los que le otorgan sentido y forma, se encuentran los valores negociables, el inventario, el efectivo y finalmente lo que se da en llamar cuentas por cobrar, es importante resaltar el hecho de que la principal fuente del capital del trabajo son las ventas que se realizan a los clientes. Mientras, se puede determinar que el uso fundamental es el de acometer los desembolsos de lo que es el costo de las mercancías que se han vendido y también el hacer frente a los distintos gastos que trae consigo las operaciones que se hayan acometido (Rojo, 2014).

4) Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Las fuentes de financiamiento para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, provienen de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios (Perdiguero, 2005).

5) Cálculo de depreciación

La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. Su distribución debe hacerse empleando los criterios de tiempo y productividad, mediante uno de los siguientes métodos: línea recta, suma de los dígitos de los años, saldos decrecientes, número de unidades producidas o número de horas de funcionamiento, o cualquier otro de reconocido valor técnico, que debe revelarse en las notas a los estados contables (Hernández *et al.*, 2005).

6) Amortización

Amortizar es un proceso de registro de cada gasto de manera periódica (mensual o anual normalmente), acorde al tiempo que va pasando y durante el cual se tiene la posesión y/o uso un bien, que es el que se está amortizando (Villarreal & Landeta, 2010).

7) Presupuestos de costos y gastos

a) Presupuesto de gastos

Los gastos deberán dividirse en los siguientes rubros: costo primo, gastos de fabricación, gastos de administración y ventas y gastos financieros. Costo primo: Es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa, tales como las materias primas, otros materiales directos, mano de obra directa (Perdiguero, 2005).

b) Gastos de fabricación

Aquí se incluyen la mano de obra indirecta, servicios como electricidad, teléfono, agua, combustible, repuestos, mantenimiento, depreciación de instalaciones, maquinaria y equipo, amortización de activos diferidos, impuestos directos (propiedad) e indirectos (como el de ventas que se paga por los insumos) y otros gastos de fabricación. Gastos de administración y ventas: Son parte de este rubro las remuneraciones del personal de Administración y Ventas que se refieren a los sueldos, salarios y prestaciones sociales. También se incluye una estimación mensual para teléfonos, teles, fax, correo, la depreciación que se carga aquí solo es sobre las instalaciones y equipos que se utilizan para la venta de los productos. En los gastos de administración y venta se incluyen gastos como seguros, gastos de oficina, gastos generales, viáticos, comisiones sobre ventas, promoción y publicidad (Rojo, 2014).

c) Gastos financieros

Son los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, según plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto. Para los efectos del cálculo se debe tener cuidado, en cargar o diferir el pago de los intereses causados durante los años de gracia, lo cual depende de las características del financiamiento. Lo importante en el proceso de

la venta no es que el Margen sea alto o bajo por sí mismo, sino que no impida la posibilidad de que el producto o servicio se vendan (Rojo, 2014).

d) Costos de producción

Compra: este presupuesto se refiere exclusivamente a las compras de materia prima para la elaboración de los productos, pero antes hay que hacer el presupuesto de materiales con el objeto de determinar cuántas unidades de materiales se requiere para producir el volumen indicado y con esto se sacara el presupuesto de compras (García & Colín, 2008).

Inventario: los niveles de inventarios pueden cambiar por una variedad de razones, es más tal vez estos deberían ser cambiados. En el curso de la preparación del presupuesto la necesidad o posibilidad de cambios en el nivel de inventarios debe ser evaluada. Cuando se tiene un control inadecuado, la cantidad de inventario suele exceder a lo que en realidad se necesita (García & Colín, 2008).

Salario: se paga por hora o por día, aunque se liquide semanalmente, esta retribución o recompensa la reciben los obreros, trabajadores o criados por sus servicios (García & Colín, 2008).

Sueldo: se paga por mes o por quincena ya sea por trabajos intelectuales, Administrativos, de Supervisión o de oficina (García & Colín, 2008).

8) Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos se configura pues, como importe de los derechos de cobro que una entidad prevé obtener para atender a sus gastos, en un ámbito temporal concreto, que será el mismo al que se refiere el presupuesto de gastos, el año natural. El presupuesto de ingresos, es imprescindible para saber si la organización en cuestión podrá hacer frente a los montos que aparecen en el presupuesto de gastos, el cual puede definirse como la información relacionada con el importe que la entidad puede gastar en un periodo determinado y un detalle del uso que hará del dinero. El presupuesto de gastos no sólo debe elaborarse sino aprobarse para tener validez (Ortiz *et al.*, 2004).

9) Estado de resultados

En términos sencillos es un reporte es muy útil para ti como empresario ya que te ayuda a saber si tu compañía está vendiendo, qué cantidad está vendiendo, cómo se están administrando los gastos y al saber esto, podrás saber con certeza si estás generando utilidades (Hernández *et al.*, 2005). El estado de resultados, estado de rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado. El estado financiero es cerrado, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto, debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones (Perdiguerro, 2005).

10) Flujo de caja

La diferencia de los ingresos y los gastos, es decir, al resultado de restar a los ingresos que tiene la empresa, los gastos a los que tiene que hacer lo llamamos 'flujo de caja neto'. Los flujos de caja son cruciales para la supervivencia de una entidad, aportan información muy importante de la empresa, pues indica si ésta se encuentra en una situación sana económicamente (Ortiz *et al.*, 2004). Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa (García *et al.*, 2010).

b. Análisis financiero

Considerando el costo del capital financiero y aporte de los accionistas. En este contexto, el proceso de evaluación de proyectos se realiza a través de ciertos indicadores o parámetros de evaluación, cuyos resultados permiten tomar las siguientes alternativas de decisión:

- Aceptar o rechazar un proyecto específico.
- Elegir una alternativa óptima de inversión
- Postergar la ejecución del proyecto, cuando existe racionamiento de capitales para su implementación.

1) Tasa interna de retorno (TIR)

En términos más específicos, la tasa interna de retorno de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión (Villarreal & Landeta, 2010) cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado (Rojo, 2014).

2) Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión (Ortiz *et al.*, 2004) para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en nº de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc) (García *et al.*, 2010).

3) Relación beneficio costo (RBC)

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad, cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados (Ramírez, 2006). Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto (Villarreal & Landeta, 2010).

4) Periodo de recuperación del capital (PRC)

Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión (Perdiguero, 2005). El periodo de recuperación del capital se puntualiza como el primer período en el cual el flujo de caja acumulado se hace positivo (Ortiz *et al.*, 2004) es por ello que el periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto.

E. COMERCIALIZACIÓN

Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, por ello es una parte importante y determinante dentro de cualquier sistema comercial que deberá ser atendida prioritariamente por supuesto (Boubeta, 2007).

F. PRODUCTIVO

El concepto de proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio. Cabe destacarse entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial en las sustancias o materias primas utilizadas, es decir, los insumos que entran en juego para producir tal o cual producto sufrirán una modificación para formar ese producto y para más luego colocarlo en el mercado que corresponda para ser comercializado (Carrera *et al.*, 2016).

G. ADMINISTRACIÓN

Uno de los factores que desde siempre han sido claves para toda empresa, es el proceso de toma de decisiones basado en una adecuada administración de la información. Hoy en día, el elemento diferenciador entre empresas supervivientes y sobrevivientes, radica en el aprovechamiento de los recursos que la tecnología ofrece, y la manera en que dichos recursos son explotados por cada una de las organizaciones, todos ellos relacionados con la manipulación de datos para proveer información clara, precisa y confiable que sea utilizada para la toma de decisiones oportuna y acertada. La toma de decisiones es una actividad crítica dentro de las organizaciones, y es por esto que de ello depende en gran medida el éxito que en un momento dado, la organización pueda alcanzar (López & Maestre, 2005).

La administración, es un proceso de trabajo con las personas y con los recursos para cumplir con los objetivos organizacionales. Los buenos administradores llevan a cabo estas funciones de forma eficaz y eficiente (Robbins, 2004). Consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación, en este sentido, para el desarrollo de las actividades de implementación y operación de proyectos, se analizan las ventajas y desventajas que ofrecen los diversos tipos de empresas de acuerdo con su constitución jurídica hasta seleccionar el más adecuado a las características del proyecto, las aspiraciones y posibilidades de quienes están interesados en realizarlo (Cuervo & García, 1994).

1. Administración de productos turísticos

La conducta humana en una sociedad libre no puede uniformarse; sólo puede ser guiada en un proceso que requiere de supervisión, atención y entrenamiento constante. Es aquí donde entra la labor de un buen liderazgo gerencial en una empresa turística (Chias, 2005) la importancia en la administración turística radica en el aprovechamiento de los recursos y su conservación. Aplicando metodologías establecidas y aportando nuestra intuición como administradores para alcanzar los objetivos establecidos. Realizando buenas prácticas que incrementen el turismo, favoreciendo la actividad económica regional e incrementando la entrada de divisas al país (Longenecker, 2012).

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizará en la parroquia Puela, que pertenece al cantón Penipe, provincia de Chimborazo; geográficamente se encuentra ubicada en la Cordillera Oriental de los Andes Ecuatorianos, específicamente en las faldas del sur del volcán Tungurahua.

2. Ubicación geográfica

La parroquia Puela, está ubicada en las siguientes coordenadas proyectadas en UTM Zona 17 S.

Datum WGS84:

X: 777405 E

Y: 9832273 N

Altitud: Entre 2.280 msnm que corresponde a las playas del río Chambo y los 5.023 msnm que corresponde a la cima del volcán Tungurahua.

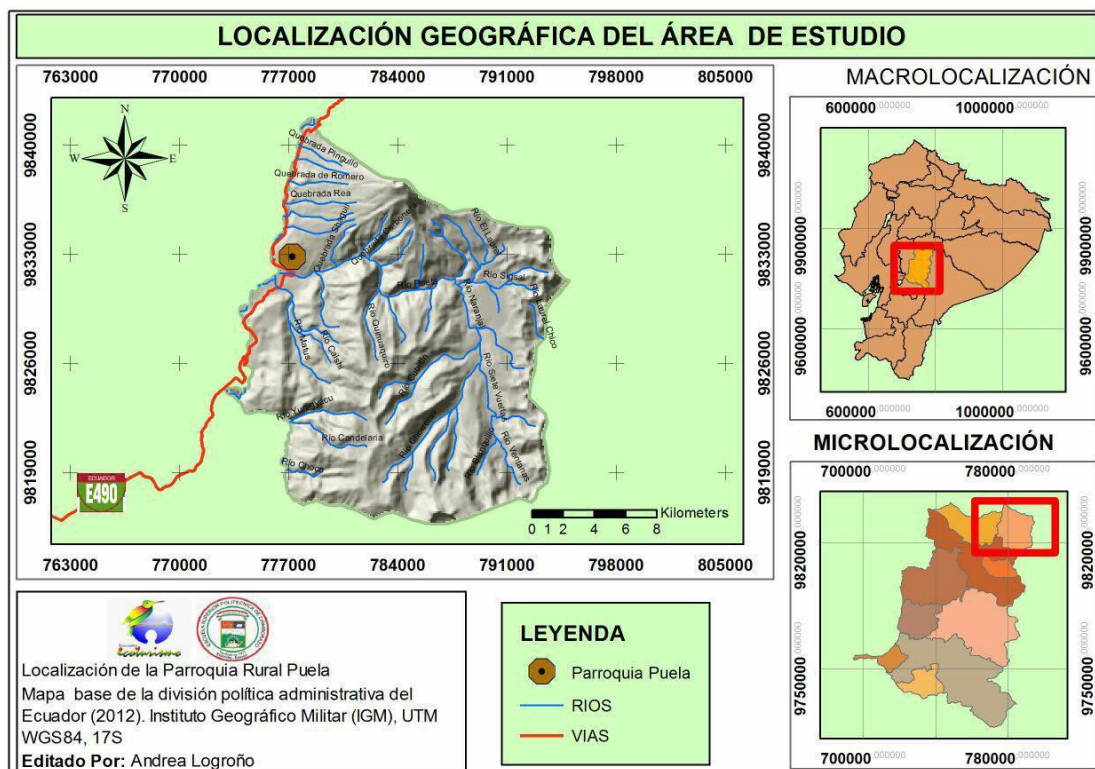


Gráfico 1. Mapa de localización de la parroquia Puela. (SISTEMA DE COORDENADAS UTM, DATUM WGS_84.)

Elaborado por: Andrea Logroño

3. Delimitación del área

Los límites de la parroquia Puela son los siguientes:

Norte: parroquia Bilbao y provincia Tungurahua

Sur: parroquia El Altar

Este: provincia Morona Santiago

Oeste: Río Chambo (GAD Penipe, 2015).

4. Características climáticas

Temperatura: 12 ° C a 15 ° C.

Precipitación: 600 mm anuales

Clima: muy húmedo tropical.

Humedad relativa: 96%

5. Clasificación ecológica

La parroquia Puela, considerando las clasificaciones adoptadas por el Ministerio del Ambiente, (2012) donde se pueden identificar 4 ecosistemas principales:

- Bosque siempre verde montano del norte y centro de la cordillera de los Andes
- Herbazal inundable montano alto y montano alto superior de páramo
- Herbazal montano alto y montano alto superior de páramo
- Herbazal húmedo montano alto superior de páramo (Sierra, 1999; MAE, 2012).

6. Hidrografía

La parroquia de Puela posee los recursos hídricos de las siguientes fuentes: Ríos Simples, Ríos Dobles, Espejo de Agua, Captaciones de agua, contiene las siguientes Subcuencas; Río Chambo, Río Llushino, Drenaje Menores, las vertientes son utilizados para el riego, y para el consumo según sus características hídricas.

El principal sistema hidrológico es el río Puela. Existen varias fuentes de agua que descienden por las quebradas de Batán, El Chochal, La Bramadera, El Tambo. Siendo éstas las principales fuentes de captación de agua de consumo humano y de riego.

El sistema lacustre está formado por la laguna Minza Chico y la laguna Patococha, además, se comparte el sistema lacustre con la parroquia El Altar con el páramo El Naranjal.

Las fuentes de agua presentes a lo largo de la parroquia son:

- Río Chambo
- Río Puela
- Río el Laurel
- Río Flautas
- Chorreras del Tambo, el Batán, la Bramadera
- Cascada del Ojo del fantasma
- Aguas termales del Tambo
- Laguna Patococha, Minza Chico, Minza Grande (PDOT, 2015).

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 (Sistema de Posicionamiento Global) y cámara fotográfica.

C. METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló a través del cumplimiento de los objetivos específicos, explicados a continuación:

1. Objetivo 1: Validar el potencial turístico de la parroquia Puela

a. Diagnóstico situacional de la parroquia Puela

Se recolectó información secundaria (documentos oficiales disponibles en el GAD parroquial, PDOT, páginas de los Ministerios de Turismo, Agricultura, Obras públicas, Instituto geográfico militar, cartas topográficas, entre otros) y primaria en relación los componentes: biofísico – ambiental; socio – cultural; económico – productivo; asentamientos humanos; movilidad, energía y conectividad; y político institucional.

- En el componente biofísico – ambiental se procedió a recolectar la siguiente información: relieve, geología, suelos, uso y cobertura del suelo, información climática, ecosistemas frágiles, hidrología y ecosistemas para servicios ecosistemicos.
- En el componente socio – cultura fue: etnicidad y población, índice de feminidad y masculinidad, educación, salud, organización y tejido social, grupos étnicos, idioma, gastronomía, expresiones artísticas y migración.
- En el componente económico – productivo fue: población económicamente activa, producción agrícola y producción pecuaria.
- En el componente asentamientos humanos fue: vivienda, acceso al agua, alcantarillado, y recolección de residuos sólidos.
- En el componente movilidad, energía y conectividad fue: medios de transporte, energía eléctrica, comunicación y conectividad.
- En el componente político institucional se analizó el apoyo institucional de la parroquia.

b. Inventario de los atractivos naturales

Se realizó la identificación de atractivos mediante la recopilación de información secundaria con la ayuda de personas claves de la parroquia Puela. Además, se efectuó trabajo de campo para la verificación y levantamiento de información obtenida asignando las características a cada uno de los atractivos turísticos aplicando la metodología del MINTUR, 2017 (*Anexo I*).

Una vez realizado el trabajo de campo se efectuó la ponderación y jerarquización de los atractivos turísticos levantados, en función de un conjunto de criterios de evaluación; a continuación, se

detalla la ponderación de criterios con base en la herramienta matriz de Holmes o matriz de priorización, siendo estos los mismos para los atractivos naturales y culturales aplicados:

Tabla 1. Ponderación de criterios: atractivos naturales y culturales.

Criterios de valoración	Descripción	Ponderación
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
B Planta turística / servicios	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18
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
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
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
F Actividades que se practican en el atractivo	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9
G Difusión del atractivo	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7
H Tipo de visitante y afluencia	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5
I Recursos humanos	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5
Total		100

Fuente: Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos, MINTUR 2017.

Una vez valorados los atractivos turísticos acorde a la ponderación de criterios antes descrita, se conoció el grado de interés y las opciones de visita en el atractivo. Esta valoración dió como resultado una puntuación que se enmarca dentro de una jerarquía que va en una escala de I a IV.

Tabla 2. Rangos de jerarquización.

Rangos	Jerarquía
76 – 100	IV
51 – 75	III
26 – 50	II
11 – 25	I
0 – 10	Recurso

Fuente: Inventario de Atractivos Turísticos, MINTUR, 2017.

c. Estudio de mercado

1) Análisis de la demanda

A la falta de un registro oficial de turistas nacionales y extranjeros que llegaron al cantón Penipe, la determinación del universo se realizó en función a los datos estadísticos del sitio turístico provincial con más acogida en el mercado que cuenta con datos oficiales y completos sobre el ingreso de visitantes, en este sentido se trabajó con el número total de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (RPFCH) durante el período julio - septiembre de 2017, siendo un total de 20733 turistas; de los cuáles el 83% (17183) corresponden a turistas nacionales, mientras que el 17% (3550) son turistas extranjeros; datos proporcionados por el Ministerio del Ambiente, Dirección Provincial de Chimborazo, 2018.

El tamaño de la muestra se calculó con la siguiente fórmula de poblaciones finitas con un margen de error del 8%:

$$n = \frac{N(P * Q)}{\left[(N - 1) \left(\frac{E}{K} \right)^2 \right] + (P * Q)}$$

Donde:

- N** = Tamaño de la muestra
- N** = Universo de estudio (17183 nacionales y 3550 extranjeros)
- P** = Probabilidad de ocurrencia de un evento (0.5)
- Q** = Probabilidad de no ocurrencia de un evento (0.5)
- E** = Margen de error (8%)
- K** = Nivel de confianza (1.96)
- P*Q** = Probabilidad de ocurrencia, fenómeno (0.25)

Dando un total de 293 encuestas: 149 (51%) para turistas nacionales y 144 (49%) para extranjeros:

Turistas nacionales

$$n = \frac{(17183 * 0.25)}{\left[(17183 - 1) * \left(\frac{0,08}{1,96} \right)^2 \right] + 0.25} = 149 \text{ encuestas}$$

Turistas extranjeros

$$n = \frac{(3550 * 0.25)}{\left[(3550 - 1) * \left(\frac{0,08}{1,96} \right)^2 \right] + 0.25} = 144 \text{ encuestas}$$

Se aplicó la encuesta como herramienta para la recopilación de datos (*Anexo 2: Turistas Nacionales*) y (*Anexo 3: Turistas Extranjeros*).

Posteriormente se procedió a la tabulación de los resultados mediante la utilización del programa SPSS.

2) Análisis de la oferta

Estuvo conformado por la validación del inventario de atractivos turísticos de la parroquia Puela correctamente inventariados y jerarquizados, que a su vez se complementó con otros componentes de la oferta como son: la oferta actual (servicios e infraestructura básica), oferta complementaria (establecimientos de restauración, hospedaje, recreación y agenciamiento) cercanos y asociados al espacio geográfico parroquial).

3) Análisis de la competencia

Para definir la competencia se consideraron las organizaciones que trabajand con emprendimientos comunitarios dentro de la provincia de Chimborazo.

4) Confrontación demanda vs. oferta

Se utilizó la fórmula del incremento compuesto

Fórmula:

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

Donde:

Co = Demanda actual (turistas nacionales y extranjeros)

I = Índice de crecimiento turístico (14%)

N = Año a proyectarse (1 – 5)

Se manejó la tasa del 5% de índice de crecimiento turístico del Ministerio de Turismo, 2017. Con lo cual se obtuvo las proyecciones para los años venideros (1-5), y con esto se tuvo la demanda insatisfecha, finalmente se determinó la demanda objetivo para los próximos años.

5) Demanda objetiva

La demanda objetiva se calculó entre la demanda insatisfecha y el porcentaje de captación del mercado ($DP = DI * AC$).

6) Plan mercadotécnico

Se realizó el plan mercadotécnico para el producto turístico, donde se identificó el nombre con el cual será vendido, logotipo, slogan, colores y medios publicitarios.

Ademas, de determinaron los requerimientos para el área comercial.

2. Objetivo 2: Elaborar la viabilidad técnica del producto turístico

- Se determinó el tamaño del proyecto, consumo aparente por clientes y por actividades a partir de la demanda objetiva por semestre, trimestre, mes, quincena, semana y día.
- Además, se realizó la localización del proyecto a nivel macro y micro.
- Para el diseño del producto turístico se consideró el análisis de la demanda turística, además del aporte técnico.
- Se realizaron los flujogramas para cada una de las actividades del producto turístico, además se estructuró los paquetes turísticos, a través del número de días, los horarios, las

actividades a realizar y cálculo del precio de los paquetes con sus costos fijos y costos variables.

- Finalmente se determinaron los requerimientos del área productiva.

3. Objetivo 3: Determinar la viabilidad socio-ambiental

- Para determinar la viabilidad socio-ambiental se utilizó la matriz de Lázaro Lagos con el fin de evaluar el grado de impacto ambiental que podría causar en los componentes ambientales la implementación del producto turístico.
- Además, se determinó la estructura administrativa-legal; estudiando el marco legal de la Constitución de la República del Ecuador del 2008, Ley de turismo, Ley de Economía popular y Solidaria, Reglamentos de Centros de Turismo Comunitario mediante los cuales se definió la figura legal para el desarrollo del producto turístico en la parroquia.
- No obstante, se determinó el organigrama estructural y funcional, el manual de funciones para el área administrativa con el fin de establecer una adecuada organización.

4. Objetivo 4: Determinar la viabilidad económica financiera

a. Viabilidad económica

Se estableció:

- 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 financiera

Se estableció:

- **TIR (Tasa interna de retorno)**

$TIR > 1$ el proyecto es rentable

$TIR = 1$ es indiferente realizar

$TIR < 1$ el proyecto no es rentable

- **VAN (Valor neto actual)**

$VAN > 0$ el proyecto es rentable

$VAN = 0$ es indiferente realizar

$VAN < 0$ el proyecto no es rentable

- **RBC (relación beneficio costo)**

$B/C > 1$ el proyecto es rentable

$B/C = 1$ es indiferente realizar

$B/C < 1$ el proyecto no es rentable

- **Período de recuperación del capital**

VII. RESULTADOS

A. VALIDACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA PUELA

1. Diagnóstico situacional de la parroquia Puela

a. Componente biofísico – ambiental

1) Relieve

Tabla 3. Relieve de la parroquia Puela.

Tipo	Área (m ²)	Porcentaje (%)
Colinas medianas	6615258,34	9.07
Cuerpos de agua	53515,88	0.07
Nieve	5238784,65	7.18
Relieve escarpado	11202956,02	15.36
Relieve montañoso	22049382,98	30.23
Superficies de aplanamiento	2734279,69	3.75
Valles Interandinos	1352545,79	1.85
Vertientes convexas	8405270,75	11.52
Vertientes cóncavas	7941231,71	10.89
Vertientes irregulares	7344788,58	10.07
Total	72938014,39	100.00

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

La parroquia se encuentra formada por colinas medianas con el porcentaje 9.07%, cuerpo de agua con el porcentaje de 0.07%, el relieve escarpado el porcentaje de 7.18%, el relieve montañoso constituye el porcentaje de 30.23%, el superficie de aplanamiento con el porcentaje de 3.75%, valles interandinos con el porcentaje de 1.85%, vertientes convexas con el porcentaje de 11.52%, vertientes cóncavas el porcentaje de 10.89%, vertientes irregulares con una superficie de 7344788,58 con el porcentaje de 10.07%.

2) Geología

Tabla 4. Formaciones geológicas de la parroquia Puela.

Formaciones Geológicas	Superficie (m ²)	Porcentaje (%)
Areniscas y Conglomerados	376003,16	0.52
Deslizamientos de Masa y Derrumbes	3510523,25	4.81
Grava y Arenas Sueltas	2830256,03	3.88
Lavas Basálticas y Cenizas	45190990,42	61.96
Tilitas Brechosas	4606145,36	6.32
Lavas y Piroclásticos de Composiciones Intermedias a Acidas	231312,45	0.32

Piroclastos y Lavas Intermedias a Básicas	1148940,52	1.58
Rocas Verdes Meta-Basálticas y Meta-Andesíticas	11466187,06	15.72
Nieve	3577656,39	4.91
Total	72938014,39	100.00

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

La geología de la parroquia Puela está caracterizada por areniscas y conglomerados con una participación de 0.52%, deslizamientos de masa y derrumbes con el porcentaje de 4.81%, grava y arenas sueltas con el porcentaje de 3.88%, lavas basálticas y cenizas con el porcentaje de 61.96%, tilitas brechosas con el porcentaje de 6.32%, lavas y piroclásticos de composiciones intermedias a acidas con el porcentaje de 0.32%, piroclastos y lavas intermedias a básicas con el porcentaje de 1.58%, rocas verdes meta-basálticas y meta-andesíticas con el porcentaje de 15.72%, nieve de 15.72%.

3) Suelos

Tabla 5. Ordenes de suelos de la parroquia Puela.

Suelos	Superficie (m ²)	Porcentaje
Entisol	29091529,75	39.89
Histosol (Inceptisol)	1334892,54	1.83
Inceptisol	35176181,78	48.23
No Aplicable	7335410,59	10.06
Total	72938014,39	100.00

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

La parroquia de Puela presenta los siguientes tipos de suelo; entisol con el porcentaje de 39.89%, histosol (inceptisol) porcentaje de 1.83%, inceptisol de un porcentaje de 48.23%, y el porcentaje de no aplicable de 10.06%.

4) Uso y cobertura del suelo

Tabla 6. Uso y cobertura del suelo de la parroquia Puela.

Cobertura	Superficie (m ²)	Porcentaje
Área de conservación	5729366,30	7.86
Bosque natural	30380154,81	41.65
Bosque plantado	289513,31	0.40
Espejos de agua	53505,19	0.07
Páramo	17344594,80	23.78
Pasto natural	7499185,57	10.28
Recreación turística	18400,95	0.03
Riveras	721609,07	0.99
Zona no productiva	1921936,47	2.64

Zona urbana	214785,42	0.29
Zona productiva	8764962,78	12.02
Total	72938014,39	100.00

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

El uso y la cobertura del suelo de la parroquia de Puela está representada por área de conservación con una intervención de 7.86%, el bosque natural tiene mayor participación con el porcentaje de 41.65% del área total de territorio, el bosque plantado con un porcentaje de 0.40%, espejos de agua con una superficie de 53505,19 representada con el porcentaje de 0.07%

El páramo está ubicada en la segunda zona con mayor participación de 17344594,80 metros cuadrado con el porcentaje de 23.78%, pasto natural tiene una intervención de un porcentaje de 10.28%, recreación turística contiene el porcentaje de 0.03%, riveras es constituida por 0.99%, zona no productiva representa el porcentaje de 2.64%, zona urbana con la intervención de 0.29% zona productiva posee una área de 8764962,78 metros cuadrado con el porcentaje de 12.02%.

La fertilidad de suelo se caracteriza por el nivel de materia orgánica tiene un promedio de 3-5 puntos, nivel de fosforo con el promedio de 10-20 puntos, todo el territorio de Puela contiene 02-0.35 de potasio, y un promedio de 30-60 de nitrógeno.

5) Información climática

La información climática de la parroquia se ve representada en la siguiente tabla descrita a continuación:

Tabla 7. Información climática de la parroquia Puela.

Precipitación	Goza de una precipitación promedio en las zonas bajas y medias de 750 mm, y en las zonas altas esta sobre los 1000 mm.
Temperatura	la temperatura promedio es de 12 a 15°C, debido a que forma parte de los pisos climáticos Ecuatorial Frio ALTA Montaña (EFAMñ) y Ecuatorial Frío Semi Húmedo Alta Montaña (EFSHAMñ).
Humedad	La humedad relativa es de 96,8%

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

6) Ecosistemas frágiles y prioridades de conservación

Tabla 8. Ecosistemas de la parroquia Puela.

Ecosistemas	Superficie (m²)	Porcentaje (%)
Bosque siempreverde montano alto del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes	18928383,91	25.96
Bosque Siempreverde Montano Alto de los Andes Orientales	4101951,83	5.62
Matorral Húmedo Montano de los Andes del Norte y Centro	4983378,53	6.83

Matorral Seco Montano de los Andes del Norte y Centro	12077506,93	16.56
Arbustal siempreverde y Herbazal del Páramo	219659,86	0.30
Bosque siempreverde del Páramo	15954305,51	21.88
Herbazal del Páramo	11891182,92	16.31
Paramo Herbáceo	3413492,31	4.68
Nieve Perpetua	843747,72	1.16
Lagunas	604,67	0.00
Ríos	513092,95	0.70
Total	72938014,39	100.00

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

Puela posee con recursos naturales de prioridad de conservación como laguna, herbazal del paramo, bosques y los ríos, montañas y matorrales.

La superficie de territorio bajo la conservación del manejo ambiental tenemos el Parque Nacional Sangay con una superficie de 5729366,30 m² es el Patrimonio Mundial Natural en donde existe la biodiversidad de las especies y fauna.

7) Hidrología

La cobertura de recursos hídricos de la parroquia de Puela se benefician según la comunidad: El Manzano con el número de usuario de riego 54 lo cual benefician a 62 familias, Anabá 30 usuarios benefician a 38 número de la familia, Pungal 110 usuarios de agua de riego favorecen a 81 números de familia, Cabecera Cantonal 60 usuarios participan 52 número de familia lo cual utilizan el agua para el consumo humano y uso doméstico.

La parroquia de Puela posee los recursos hídricos de las siguientes fuentes: Ríos simples, ríos dobles, Espejo de Agua, Captaciones de agua, contiene las siguientes subcuencas; Río Chambo, Río Llushino, Drenaje Menores, las vertientes son utilizados para el riego, y para el consumo según sus características hídricas. Además, el principal sistema hidrológico es el río Puela. Existen varias fuentes de agua que descienden por las quebradas de Batán, El Chochal, La Bramadera, El Tambo.

Siendo éstas las principales fuentes de captación de agua de consumo humano y de riego. El sistema lacustre está formado por la laguna Minza Chico y la laguna Patococha, además, se comparte el sistema lacustre con la parroquia El Altar con el páramo El Naranjal.

De esta forma, las fuentes de agua presentes a lo largo de la parroquia son:

- Río Chambo
- Río Puela
- Río el Laurel
- Río Flautas
- Chorreras del Tambo
- El Batan
- La Bramadera
- Cascada del Ojo del fantasma
- Aguas termales del Tambo
- Laguna Patococha

- Minza Chica
- Minza Grande

8) Ecosistemas para servicios ambientales

Tabla 9. Ecosistemas para servicios ambientales de la parroquia Puela.

Ecosistemas	Servicios ambientales	Destinado a
Lagunas	Protección de la biodiversidad Belleza escénico	Turismo sustentable
Herbazal del Páramo	Refugio de fauna silvestre Captación y filtración de agua	Agua potable y de Riego Turismo sustentable
Bosque siempreverde del Páramo	Refugio de fauna silvestre Protección de la biodiversidad Sumidero de CO ²	Generación de oxígeno y asimilación de diversos contaminantes Turismo sustentable
Ríos	Captación y retención de agua en los ecosistemas	Hidroeléctrica

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

Los ecosistemas para servicios ambientales de la Parroquia; lagunas contiene belleza escénica, Herbazal del páramo- Bosque siempre verde es un refugio de fauna silvestre ya que capta y filtra agua para el consumo de la población de la parroquia de Puela y genera el oxígeno asimilando de diversos contaminantes, ríos es la capta y retiene el agua lo cual apoya al turismo.

b. Componente socio - cultural

1) Etnicidad y población

La parroquia Puela se encuentra conformada por 4 comunidades legalmente constituidas las cuales son las siguientes:

- El Manzano
- Anabá
- Pungal de Puela
- Cabecera parroquial

Su población alcanza a 622 habitantes según el último censo de población y vivienda realizado en noviembre del año 2010; distribuidas en El Manzano 143 ha, en Anaba 99 ha, en Pungal de Puela 249 ha y en la cabecera 131 ha respectivamente.

Tabla 10. Población de la parroquia Puela.

Grupos de edad	Hombres		Mujeres		Total
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	
Menores de 1 año	4	0,6	1	0,2	5
1 y 9 años	54	8,7	42	6,8	96
10 y 14 años	30	4,8	28	4,5	58

15 y 29 años	66	10,6	61	9,8	127
30 y 49 años	53	8,5	67	10,8	120
50 y 64 años	50	8,0	42	6,8	92
Más de 65 años	57	9,2	67	10,8	124
Total	314	50,5	308	49,5	622

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

Puela presenta el total de los habitantes de 622, el porcentaje más representada son los grupos de edad jóvenes de 15 y 29 años en los hombres con el 10,6% y en las mujeres el 9,8%, y los grupos de edad de más 65 años hombres con el 9,2% y las mujeres de 10,8%, caso similar con los grupos de edad de 30-49 años, el porcentaje crítico son los grupos de edad menores a un año ya que solo demuestra en su totalidad el 0,6% de hombre y 0,2% de mujeres según las informaciones del Censo Nacional de INEC, 2010.

2) Población desagregada por sexo y grupos de edad

Población desagregada por sexo, grupos de edad en las diferentes comunidades, El manzano 143 habitantes en las diferentes edades con 819,26 Has.

Anabá 97 habitantes presentada de uno a sesenta cinco años en adelante 305,48 Has.

Pungal 249 habitantes con sus respectivas edades cuenta con has de 5973,33

Cabecera Cantonal cuenta con 131 habitantes con los edades presentadas en el cuadro treinta y seis con has de 195,74, lo cual se observa el mayor número de desagregados es en la comunidad Pungal por que tiene mayor número extensión y habitantes.

3) Índice de feminidad, masculinidad y envejecimiento

El índice de masculinidad supera con el 101,95, el índice de feminidad 98,09, el índice de envejecimiento feminidad supera al de masculino con el 94,37 y el envejecimiento masculino 66,77.

4) Educación

Existen demandas en lo que respecta a infraestructura y equipamiento educativo con tecnologías informáticas acordes con la realidad. En la parroquia Puela existe la unidad educativa Cristóbal Colon ubicada en la cabecera parroquial la cual es de tipo fiscal, ofrece el nivel pre escolar, primaria, ciclo básico en la jornada matutina.

Asisten un total de 74 estudiantes de los cuales 43 son hombres y 31 mujeres; el número de profesores son 9 representados por 4 hombres y 5 mujeres.

La institución tiene acceso a agua entubada, con servicio de recolección de basura, red pública para el servicio de energía eléctrica, además dispone de servicio de alcantarillado y presenta 4 baterías sanitarias. No obstante, existen 10 aulas, 1 comedor y 1 cocina en buen estado.

5) Salud

La cobertura referente a salud de la parroquia Puela es el Dispensario del Seguro Social Campesino El Manzano (MSP), que cubre los servicios de medicina general, odontología y enfermería. La entidad responsable de la gestión es Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Ministerio de Salud Pública.

En particular los principales problemas de salud en la comunidad El Manzano en niños presentan enfermedades respiratorias y parásitos, mientras que los adultos presentan hipertensión y diabetes, los adultos mayores presentan infecciones respiratorias altas.

De otra manera en la cabecera parroquial se encuentra un dispensario médico del MSP en el cual los niños presentan enfermedades respiratorias, los adultos diabetes y adultos mayores infecciones.

6) Organización y tejido social

El número y tipo de organizaciones presentes por comunidad en la parroquia se distribuyen 4 organizaciones para El Manzano (Cabildo de El Manzano, Junta administradora de agua entubada de El Manzano, Junta de regantes de El Manzano y la Junta administradora de agua entubada de Choglontus), 3 organizaciones para la comunidad de Anabá (Cabildo de Anabá, Junta administradora de agua entubada de Anabá y Junta de regantes de Anabá).

Mientras que para Pungal de Puela existen 4 organizaciones (Cabildo de Pungal Junta administradora de agua entubada de Pungal, Junta de regantes de Pungal y el Club San Miguel).

En la cabecera parroquial 6 organizaciones (GADPR Puela, Tenencia Política de Puela, Junta administradora de agua entubada de Puela (Central), Junta de regantes Aguas de Puela, Junta de regantes del Tingo, Asociación de Producción y Comercialización Agropecuaria Luchadores de Puela).

7) Grupos étnicos

La población de la parroquia en función a la cultura del poblador agrupa los siguientes grupos socioculturales de referencia: las personas auto-identificadas como mestizas son un total de 601 personas mientras que 16 se consideran indígenas y 1 negraafroecuatoriana.

En este sentido se puede manifestar que en su mayoría son mestizos en las 4 comunidades.

8) Idioma

El idioma empleado mayoritariamente por la población en los diferentes asentamientos humanos de la parroquia es el habla hispana (español) el 100% en las 4 comunidades involucradas.

9) Gastronomía

Entre la gastronomía típica de la parroquia se encuentran el mote, papas, habas, mellocos, tortillas de maíz con queso, chicha de jora, caldo de gallina, papas con cuy, fritada, hornado y el trago de Claudia, manzana y mora.

10) Expresiones artísticas

Entre las expresiones artísticas de la parroquia se encuentran la existencia de grupos musicales en la comunidad El Manzano y en la cabecera parroquial y grupos de danza.

11) Migración

Los casos de migración permanente dentro del país reportados son en la comunidad EL Manzano un total de 137 casos, en Anabá un total de 68 casos, en Pungal de Puela un total de 65 casos y en la cabecera parroquial un total de 151 casos frecuentemente a las ciudades de destino que son Guayaquil, Quito y Riobamba.

Fuera del país se ha reportado el 25% a Colombia y el 75% a Estados Unidos.

c. Componente económico - productivo

El análisis de este componente parte de la descripción y evaluación de la situación actual y del entendimiento de la realidad económica de la parroquia Puela; donde también participan componentes como la política y la dinámica social que han generado estructuras distintas a las de otros territorios.

1) Población Económicamente Activa (PEA)

Según el censo del INEC 2010 en la parroquia la PEA femenina ocupada es 122 casos, mientras que la PEA masculino ocupado es de 195 casos, dando un total de 317 personas ocupadas.

Entre lo cual 73 personas contemplan un rango de edad de 65 a más años, 70 personas de 50 – 64 años, 45 personas de 40 – 49 años, 50 personas de 30 – 39 años, 53 personas de 20 – 29 años y 26 personas de 10 – 19 años. El índice de dependencia de cada mil existe una dependencia de 834,8 personas y la población de 15 a 64 años demuestra la dependencia de 339 personas.

Generalmente se dedican a desarrollar actividades en la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en un 84,23%.

2) Producción agrícola

Se dedican a cultivos de maíz tierno, papas y frejol tierno, utilizando tecnología semi tecnificada, los productos producidos son la fuente de supervivencia de la economía familiar en la zona.

De igual forma la parroquia históricamente se ha considerado como un sector fundamental para el cultivo de frutos caducifolios, como productos principales se tiene la manzana, durazno y claudia.

Debido a la falta de tecnología y de recursos dichos huertos no han sido regenerados, causando una disminución de la producción, es así que en las tres comunidades y en el centro poblado se evidencie huertos deteriorados y viejos, por ende, se podría hablar que prácticamente la producción sustenta el autoconsumo de los pobladores.

3) Producción pecuaria

La ganadería está limitada por aspectos nutricionales y de manejo. Existe una mayor población de ganado bovino de carne debido a la actividad eruptiva del volcán lo que conlleva a que la crianza de esta especie sea más rápida y rentera.

En si la población pecuaria en su totalidad sea bovina, porcina, ovina o caprina son especies criollas lo cual significa una menor producción y una menor rentabilidad.

Las especies menores (cuyes, conejos, gallinas de postura y pollos de engorde) constituyen una reserva de la familia para “épocas de crisis” y son considerados como ahorro. Cabe mencionar que, al no recibir manejo adecuado, la producción es baja teniendo altas tasas de mortalidad.

Debido a que es un fácil manejo y estas especies se pueden criar bajo estructuras se ha convertido en una opción de producción para los pobladores de la parroquia de tal forma son pocas vulnerables a los efectos de las actividades volcánicas.

d. Componente asentamientos humanos

1) Vivienda

La población de la parroquia se encuentra mayoritariamente concentrada en la zona centro occidental de la parroquia, la cual mayoritariamente se ubica sobre los ejes principales de la vía Penipe - Baños, siendo el promedio de población por asentamiento humano de 100 habitantes. Existen 52 viviendas en la comunidad El Manzano, 77 viviendas en Pungal de Puela, 36 viviendas en Anabá y en la cabecera parroquial existen un total de 45 viviendas. En su mayoría el tipo de construcción es de tipo mixtas.

2) Acceso al agua

El sistema de abastecimiento público de agua en el territorio cantonal está conformado por un conjunto de obras, equipos y servicios destinados a dotar del servicio de agua potable a toda la población, con fines de consumo doméstico, servicio público, consumo comercial e industrial y otros usos menores.

3) Acceso ha alcantarillado

De acuerdo al censo del 2010, en la parroquia el 11.4% tiene acceso a la red pública de alcantarillado que se encuentra en estado regular.

Esto origina que busquen otros medios de eliminación de las aguas residuales como la evacuación a pozo séptico, conectado a pozo ciego, conectado a letrina, con descarga directas a quebradas lo cual incide en la presencia de contaminación ambiental.

4) Acceso a la recolección de residuos solidos

El servicio de desechos sólidos es manejado directamente por el Gobierno Municipal del cantón Penipe bajo el esquema de administración centralizada.

La calidad del servicio se cataloga mala pues tan solo recibe una cobertura del 1.43%.

e. Componente movilidad, energía y conectividad

1) Medios de transporte

Existen buses de transporte Bayushig que brindan el servicio de transporte con dos rutas:

La primera Riobamba – Puela en horario de 7:00 am a 6:00 pm (cada hora)

La segunda ruta de Puela – Riobamba en horario de 7:45 am a 6:45 pm (cada hora).

2) Energía eléctrica

Los 4 asentamientos humanos cuentan con la disponibilidad del servicio de energía eléctrica.

3) Comunicación

La red vial rural de la parroquia está compuesta por vías de tierra un total de 21317.80 metros, vías adoquinadas un total de 400.24 metros, vías asfaltadas 5612.20 metros, vías de doble tratado 2189.51 metros y vías lastradas un total de 10736.33 metros.

4) Conectividad

La disponibilidad de servicios básicos de comunicación en las comunidades de la parroquia de Puela, se caracteriza por presentar servicio de telefonía fija en las comunidades de El Manzano, Anabá y la cabecera parroquial un total de 22 familias se benefician de este servicio.

Mientras que las familias beneficiadas del servicio de telefonía móvil son 170 personas distribuidas en los 4 asentamientos humanos.

f. Componente político institucional y participación ciudadana

La parroquia Puela esta representada por las siguientes autoridades, eleigidas por vatocion popular y democrática:

Sra. María Esther Balseca Cifuentes

Presidenta GAD parroquial Puela

Sr. Arnulfo Rafael Sánchez Barriga

Vicepresidente GAD parroquial Puela

Vocales GAD parroquial Puela

Sra. Ligia Marieta Mazón Ortega

Sr. Leonardo Patricio Quishpi Sislema

Sra. Roció Elizabeth Alarcón Guananga

1) Apoyo interinstitucional a la parroquia Puela

Tabla 11. Instituciones de apoyo.

Nº	Institución/ Organización/ OSG, OTG, ONG	Principales Acciones ejecutadas en la parroquia
1	MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca)	Capacitación. Dotación de alimentos para los animales. Dotación de semillas.
2	MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social)	Capacitación. Raciones alimenticias.
3	SNGR (Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos)	Raciones alimenticias. Capacitación. Ayuda comunitaria.
4	Cruz roja ecuatoriana	Capacitación. Kits de aseo.
5	MSP (Ministerio de Salud Pública)	Vacunación niños. Vacunación canina. Atención médica.
6	IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)	Atención médica. Medicina.
7	Bomberos	Dotación de agua. Capacitación. Ayuda comunitaria.
8	Fuerzas Armadas del Ecuador	Evacuación de personas y animales. Evacuación de pertenencias.
9	CEBYCAM-CES (Centro de Desarrollo Humano en Cultura y Economía Solidaria)	Aporte económico para la construcción del canal de riego. Apoyo en la creación de la caja comunitaria San Miguel de Puela. Apoyo a 20 personas en proyecto de gallinas de postura e invernaderos 200 m ²
10	COOPI (Cooperazione Internazionale)	Creación de micro-túneles para producción de hortalizas. Donación de hojas de eternit. Cambio de tubería en la red de agua entubada en la toma principal.
11	Gobierno Municipal de Penipe	Aporte para la construcción de viviendas. Viabilidad.
12	Fundación Samaritan's Purse	Construcción de viviendas.
13	Gobierno Provincial De Chimborazo	Construcción del puente de la unidad parroquial. Viabilidad.

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

2. Inventario de atractivos turísticos

A continuación, se presenta el resumen de las fichas de inventario de atractivos naturales de la parroquia Puela:

Resumen de atractivos naturales

Tabla 12. Resumen de atractivos naturales y culturales.

N°	Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	PONDERACIÓN													
					Latitud	Longitud	Altura	Accesibilidad y conectividad	Planta turística / complementarios	Estado de conservación e integración atractivo/entorno	Higiene y seguridad turística	Políticas y regulaciones	Actividades que se practican	Difusión y medios de promoción	Tipo de visitante y afluencia	Recursos humanos	Sumatoria	Jerarquía
1	Chorrera el Batán	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	-1.5010	-78.4730	2645	4	5	4	3	2	2	2	2	0	24	I
2	Cascada Tambo	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	-1.5100	-78.4630	2549	4	3	3	3	3	2	2	3	0	23	I
3	Cascada Ojo del Fantasma	Atractivos naturales	Fenómenos geológicos	Quebrada	-1.5099	-78.4630	2561	5	5	4	3	3	2	2	2	0	26	II

4	Cascada el Mayorazgo	Atractivos naturales	Ríos	Cascada	- 1.5000	- 78.4631	2867	4	4	4	3	2	2	2	3	0	24	I
5	Río Puela	Atractivos naturales	Ríos	Rápido	- 1.5171	- 78.4837	2442	5	5	3	3	3	2	2	3	2	28	II
6	Aguas Termales	Atractivos naturales	Aguas subterráneas	Manantial de agua termal	- 1.5026	- 78.4554	2844	6	6	7	6	4	4	5	3	2	43	II
7	Cueva de los Tayos	Atractivos naturales	Fenómenos espeleológicos	Cueva o caverna	- 1.5008	- 78.4682	2786	4	3	4	4	3	2	2	3	0	25	I
8	Cerro Montiron	Atractivos naturales	Montañas	Baja montaña	- 1.5095	- 78.5088	2640	5	4	4	4	2	2	2	2	0	25	I
9	Volcán Tungurahua	Atractivos naturales	Montañas	Alta montaña	- 1.5010	- 78.4730	2300 a 3300	3	4	3	4	5	3	3	3	0	28	II

Nota: Logroño, 2018. Trabajo de campo

3. Estudio de mercado

a. Análisis de la demanda de turistas nacionales y extranjeros

1) Edad

Tabla 13. Edad de turistas encuestados.

Edad	Nacionales	%	Extranjeros	%
Menos de 18	20	13.42	22	15.28
entre 18 y 25 años	65	43.62	22	15.28
entre 26 y 40 años	45	30.20	60	41.67
más de 40 años	19	12.75	40	27.78
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

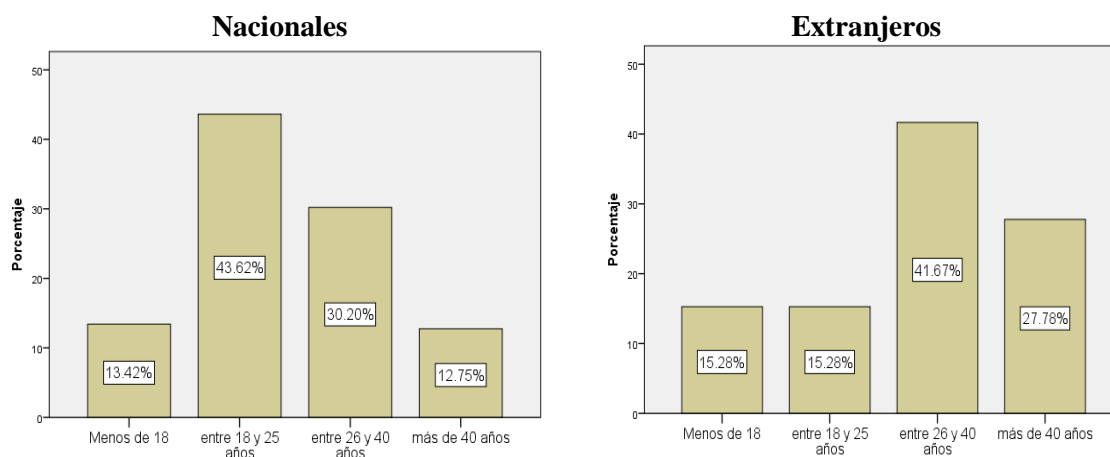


Gráfico 2. Edad de turistas encuestados.

Interpretación:

Se obtuvo de las edades de los turistas nacionales siendo el 43.62% de 18 a 25 años, seguido del 30.20% de 26 a 40 años, mientras que el 13.42% son menores de 18 años y el 12.75% corresponden a más de 40 años. En cuanto a turistas extranjeros el 41.67.08% son de 26 a 40 años, el 27.78% son más de 40 años, mientras que el 15.28% son menores de 18 años y los que comprenden edades entre 18 y 25.

2) Género

Tabla 14. Género de turistas encuestados.

Género	Nacionales	%	Extranjeros	%
Masculino	79	53.02	64	44.44
Femenino	70	46.98	80	55.56
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

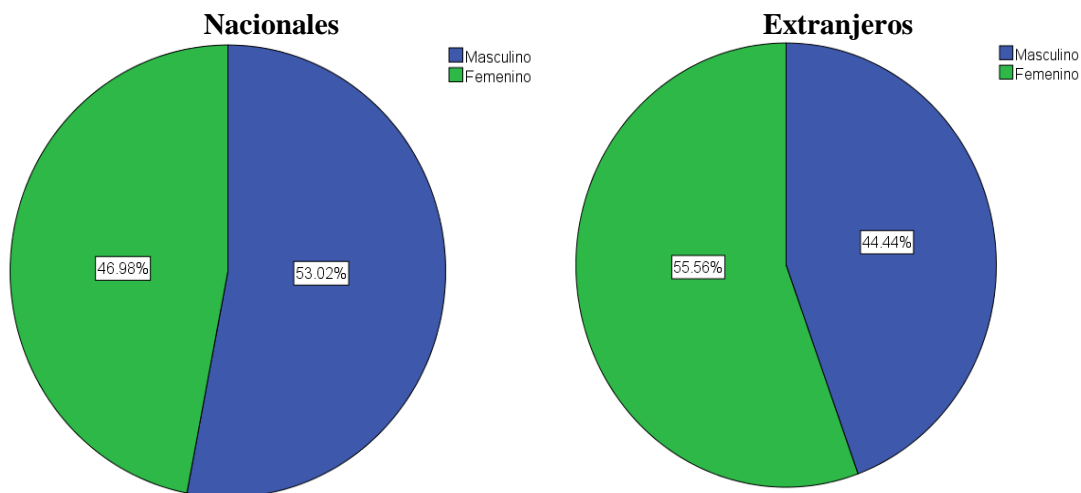


Gráfico 3. Género de turistas encuestados.

Interpretación:

El género de los turistas nacionales corresponde en un 53.02% a masculino y femenino en un 46.98%; mientras que los turistas extranjeros son el 55.56% de género femenino y 44.44% masculino.

3) Lugar de procedencia de turistas

Tabla 15. Procedencia de turistas encuestados.

Procedencia	Nacionales	%	Variable	Extranjeros	%
Tungurahua	31	20.81	Alemania	28	19.44
Azuay	23	15.44	Argentina	5	3.47
Chimborazo	50	33.56	EEUU	40	27.78
Pastaza	12	8.05	España	26	18.06
Guayas	18	12.08	Francia	22	15.28
Pichincha	15	10.07	Italia	10	6.94
Total	149	100.0	Holanda	13	9.03
			Total	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

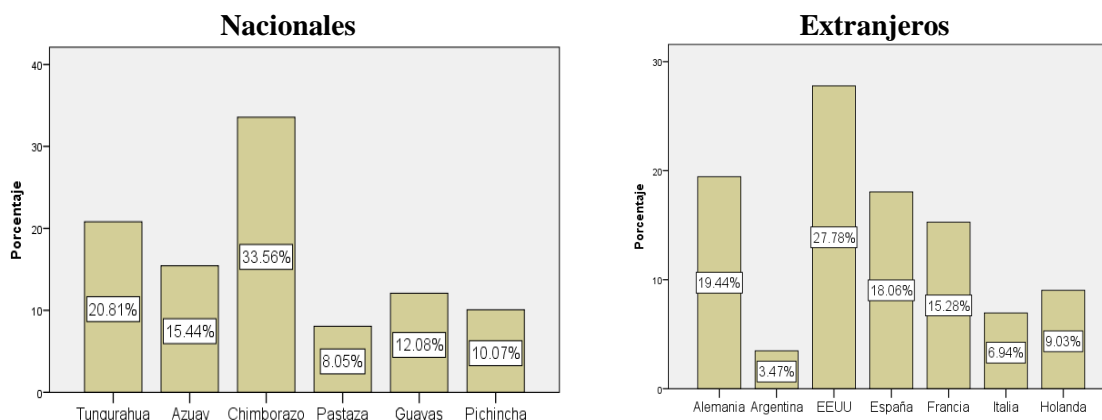


Gráfico 4. Procedencia de turistas encuestados.

Interpretación:

Del total de turistas nacionales encuestados se obtuvo que el 33.56% provienen de la provincia de Chimborazo, seguido de 20.81% de Tungurahua. En cuanto a la procedencia de turistas extranjeros se obtuvo que el 27.78% son de EEUU, seguidos de Alemania con el 19.44%.

4) Nivel de educación

Tabla 16. Nivel de educación de turistas encuestados.

Educación	Nacionales	%	Extranjeros	%
Primaria	27	18.12	4	2.78
Secundaria	62	41.61	14	9.72
Superior	38	25.50	108	75.00
Otros	22	14.77	18	12.50
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

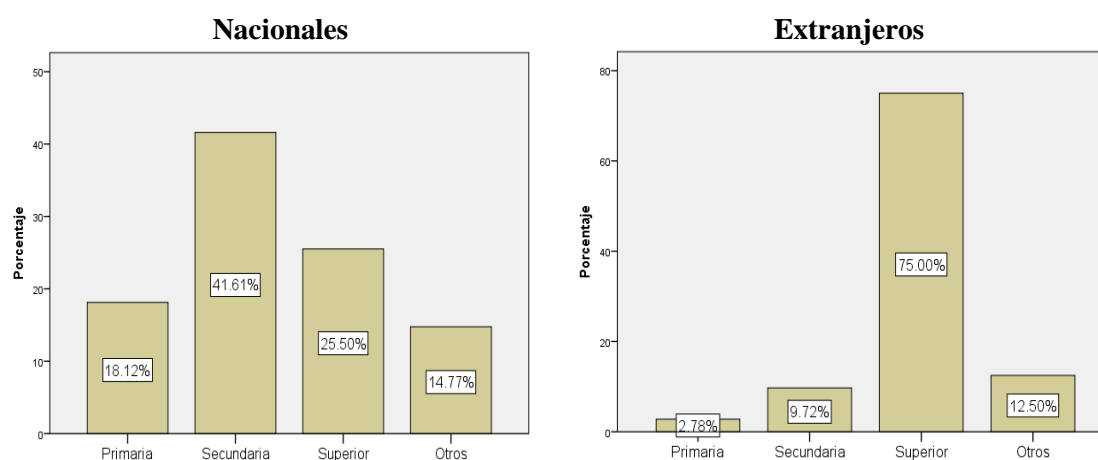


Gráfico 5. Nivel de educación de turistas encuestados.

Interpretación:

Las encuestas realizadas a turistas nacionales demuestran que el 41.61% corresponden a nivel de instrucción secundaria, seguidos por los de instrucción superior con el 25.50%. Mientras que los turistas extranjeros son de instrucción superior con el 75.00%.

5) Motivo de viaje

Tabla 17. Motivo de viaje de turistas encuestados.

Viaje	Nacionales	%	Extranjeros	%
Estudios	27	18.12	8	5.56
Negocios	12	8.05	12	8.33
Distracción	99	66.44	97	67.36
Salud	9	6.04	23	15.97
Trabajo	2	1.34	4	2.78
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

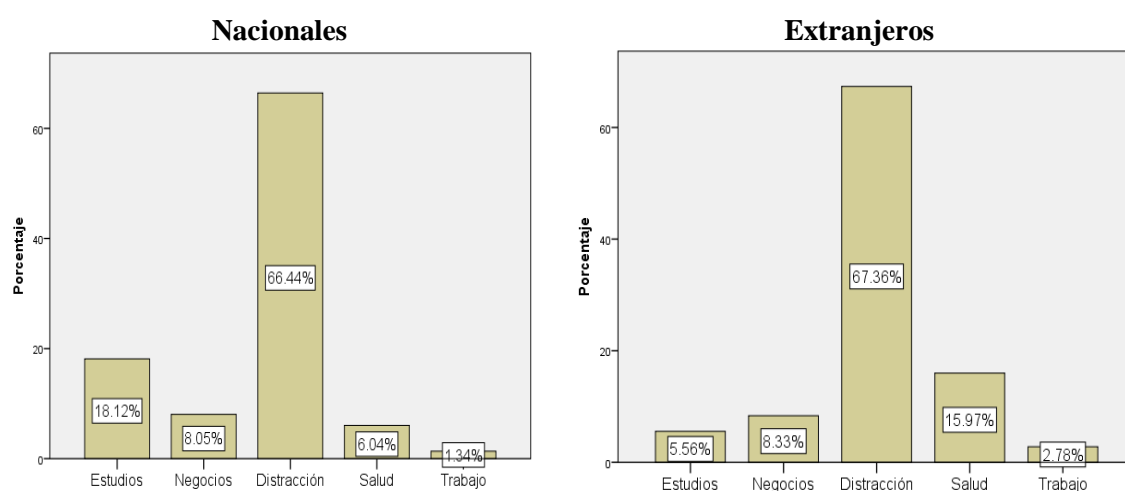


Gráfico 6. Motivo de viaje de turistas encuestados.

Interpretación:

Del total de encuestados correspondientes a turistas nacionales el 66.44% que viajan por distracción, seguidos por el 18.12% que lo hacen por estudios. Mientras que los turistas extranjeros manifiestan realizar sus viajes por motivos de distracción en un 67.36% y por salud en un 15.97%.

6) Acompañamiento de viaje

Tabla 18. Acompañamiento de viaje de turistas encuestados.

Acompañamiento	Nacionales	%	Extranjeros	%
Amigos	39	26.17	54	37.50
Familia	63	42.26	27	18.75
Solo	27	18.12	9	6.25
Pareja	20	13.42	54	37.50
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

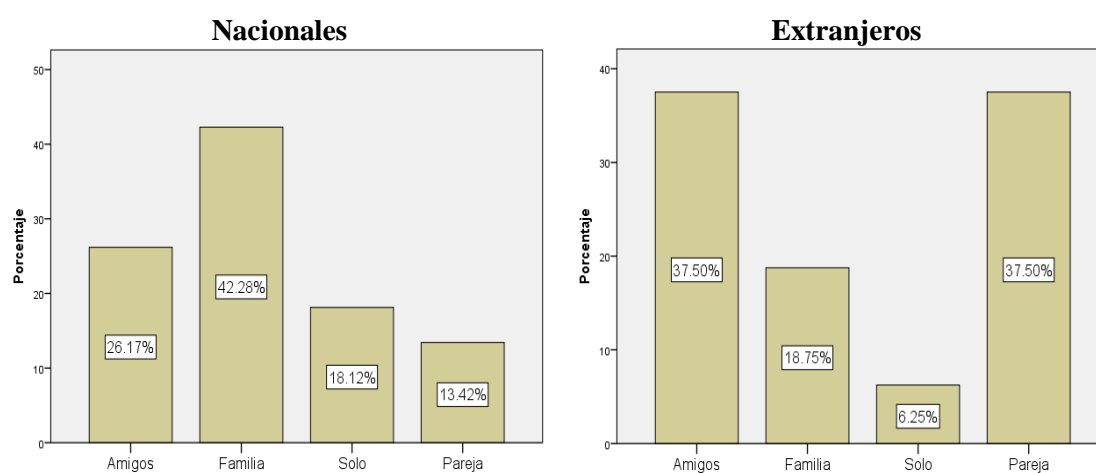


Gráfico 7. Acompañamiento de viaje de turistas encuestados.

Interpretación:

Se obtuvo que en los viajes los turistas nacionales el 42.26% lo realiza con su familia, y el 26.17% viaja con amigos. Mientras que los turistas extranjeros manifestaron que viajan acompañados de sus amigos en un 37.50%, y un 37.50% con su pareja.

7) Conocimiento de la parroquia Puela

Tabla 19. Conocimiento de la parroquia Puela de turistas encuestados.

Conocimiento	Nacionales	%	Extranjeros	%
Si	60	40.27	4	2.78
No	89	59.73	140	97.22
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

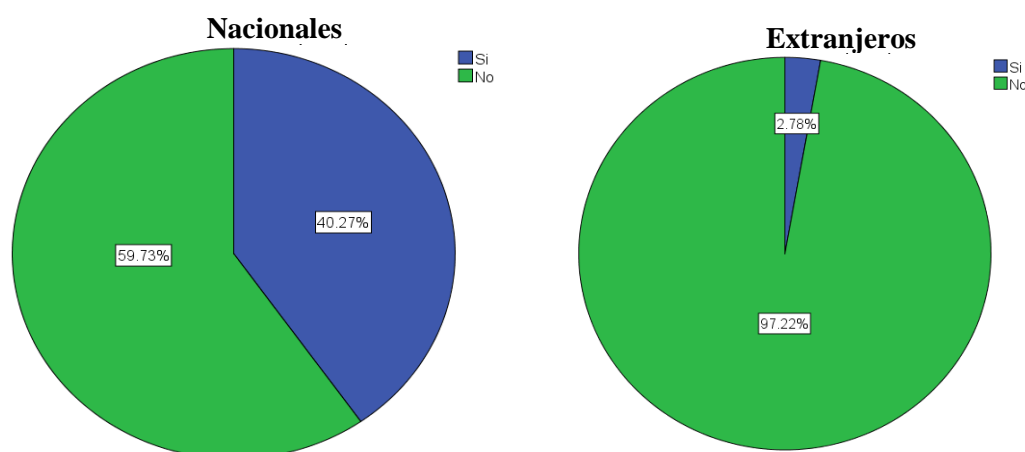


Gráfico 8. Conocimiento de la parroquia Puela de turistas encuestados.

Interpretación:

Del total de turistas nacionales encuestados el 40.27% si ha visitado la parroquia Puela, mientras que el 59.73% no lo ha hecho. Mientras tanto los turistas extranjeros en un 97.22% no tienen conocimiento de la parroquia y tan solo el 2.78% lo tiene.

8) Disposición para realizar actividades de turismo

Tabla 20. Disposición para realizar actividades de turismo de turistas encuestados.

Actividades	Nacionales	%	Extranjeros	%
Si	145	97.32	141	97.92
No	4	2.68	3	2.08
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

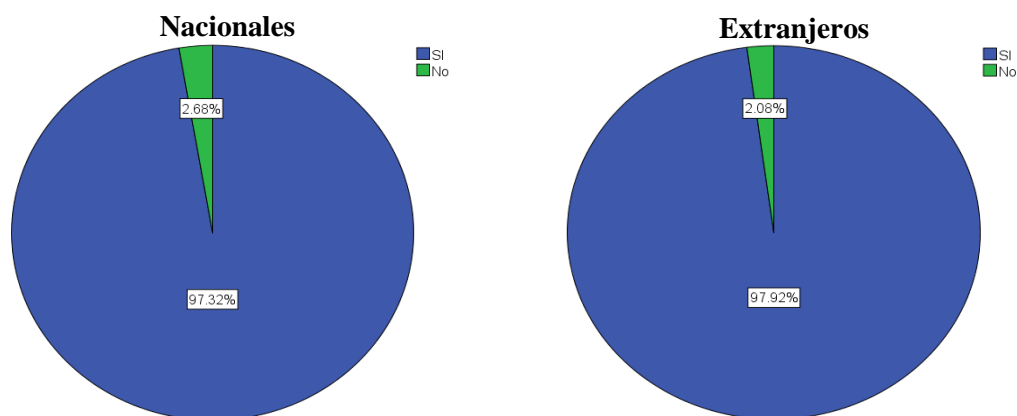


Gráfico 9. Disposición para realizar actividades de turismo de turistas encuestados.

Interpretación:

Se obtuvo que la disposición para realizar actividades de turismo por parte de los turistas nacionales es del 97.32%. Por otra parte los turistas extranjeros indicaron que si están dispuestos a realizar actividades de turismo en un 97.92%.

9) Preferencia para conocer atractivos

Tabla 21. Preferencia para conocer atractivos de turistas encuestados.

Atractivos	Nacionales	%	Extranjeros	%
Río Puela	13	8.72	12	8.33
Cascada del ojo del fantasma	26	17.45	33	22.92
Aguas termales	31	20.81	27	18.75
Volcán Tungurahua	9	6.04	12	8.33
Cascada el Tambo	16	10.74	3	2.08
Cascada del Batán	16	10.74	14	9.72
Cascada La Morocha	13	8.72	7	4.86
Cueva de los Tayos	19	12.75	24	16.67
Cerro Montirón	3	2.01	8	5.5
Quebrada el Mayorasgo	3	2.01	4	2.78
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

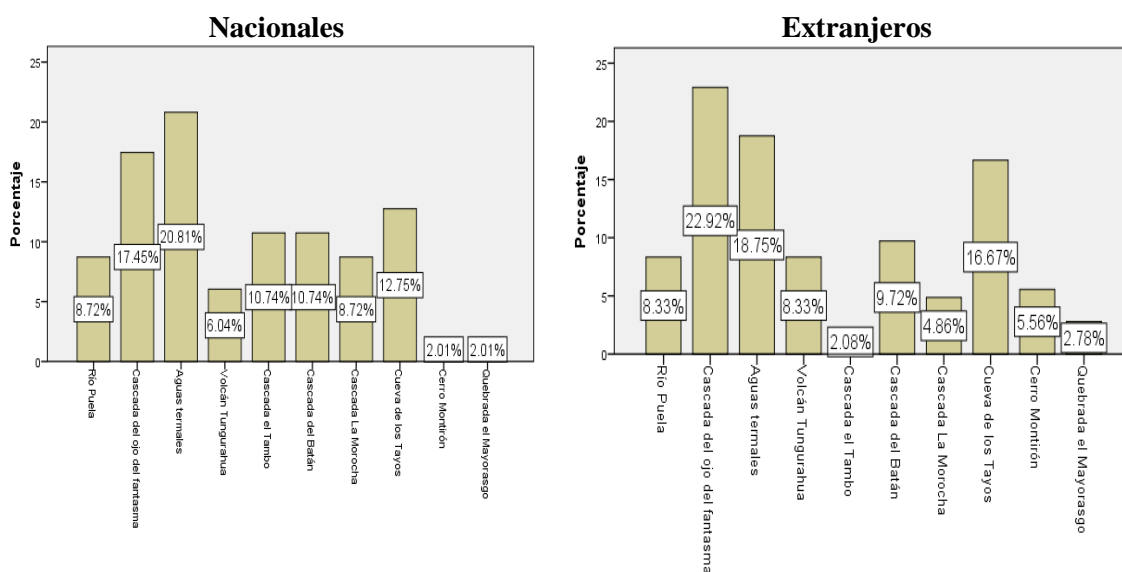


Gráfico 10. Preferencia para conocer atractivos de turistas encuestados.

Interpretación:

Del total de turistas nacionales encuestados el 20.81% les gustaría conocer las aguas termales, el 17.45% la cascada del ojo del fantasma y el 12.75% la cueva de los Tayos. Por su lado los turistas extranjeros les gustaría en un 22.92% conocer la cascada del ojo del fantasma, las aguas termales en un 18.75% y la cueva de los Tayos en un 16.67%.

10) Actividades ha realizar en la parroquia

Tabla 22. Actividades ha realizar en la parroquia de turistas encuestados.

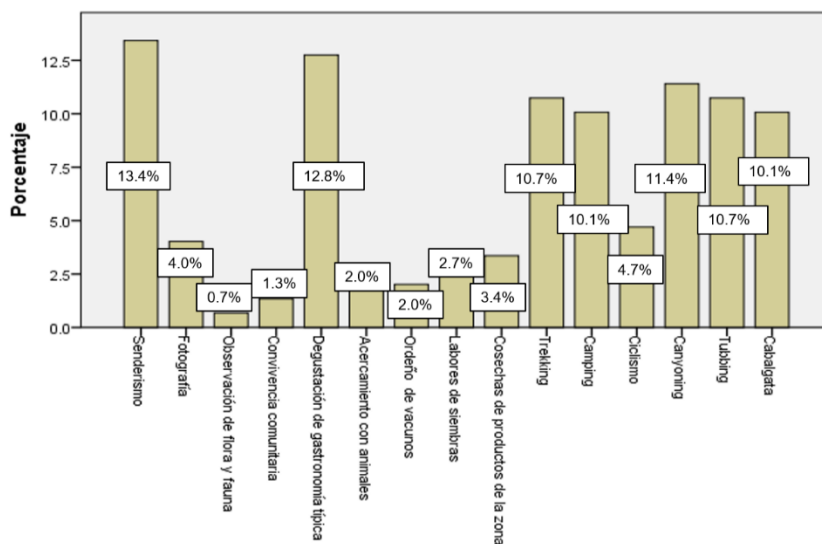
Actividades	Nacionales	%	Extranjeros	%
Senderismo	20	13.4	20	13.9
Fotografía	6	4.0	6	4.1
Observación de flora y fauna	1	0.7	1	0.7
Convivencia comunitaria	2	1.3	2	1.4
Degustación de gastronomía típica	19	12.8	18	12.5
Acercamiento con animales	3	2.0	3	2.1
Ordeño de vacunos	3	2.0	3	2.1
Labores de siembras	4	2.7	4	2.8
Cosechas de productos de la zona	5	3.4	5	3.5
Trekking	16	10.7	15	10.4
Camping	15	10.1	14	9.7
Ciclismo	7	4.7	7	4.9

Canyoning	17	11.4	17	11.8
Tubbing	16	10.7	15	10.4
Cabalgata	15	10.1	14	9.7
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

Nacionales



Extranjeros

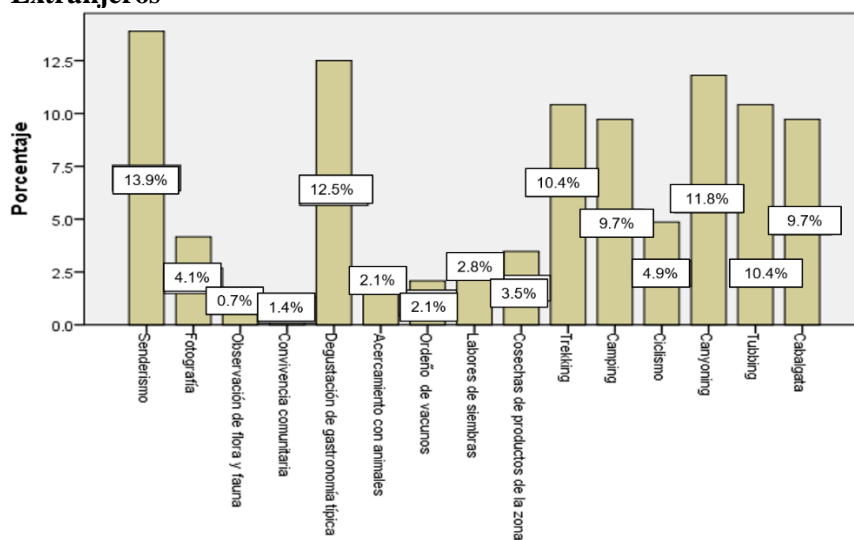


Gráfico 11. Actividades ha realizar en la parroquia de turistas encuestados.

Interpretación:

En los datos obtenidos los turistas nacionales estarían dispuestos a realizar actividades de senderismo en un 13.4%, degustación de gastronomía típica en un 12.8%, y canyoning en un 11.4%. Por su parte los turistas extranjeros les gustaría realizar igualmente actividades de senderismo en un 13.9%, degustación de gastronomía típica en un 12.5%, y canyoning en un 11.8%.

11) Servicios con los que le gustaría contar durante la visita

Tabla 23. Servicios con los que les gustaría a los turistas encuestados.

Servicios	Nacionales	%	Extranjeros	%
Alojamiento	17	11.41	29	20.14
Alimentación	68	45.64	62	43.06
Guianza	40	26.85	28	19.44
Transporte	14	9.40	16	11.11
Información turística	10	6.71	9	6.25
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

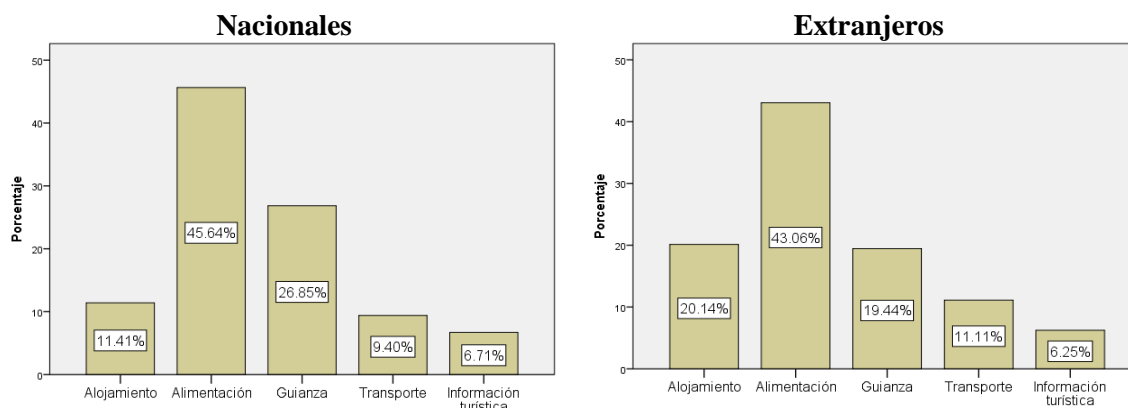


Gráfico 12. Servicios con los que les gustaría a los turistas encuestados.

Interpretación:

Del total de encuestados de turistas nacionales les gustaría tener servicios de alimentación en un 45.64% y guía en un 26.85%. Mientras tanto los turistas extranjeros desean tener servicios de alimentación en un 43.06%, alojamiento en un 20.14% y guía el 19.44%.

12) Gasto promedio

Tabla 24. Gasto promedio de turistas encuestados.

Gasto	Nacionales	%	Extranjeros	%
20 – 35 dólares	34	22.82	17	11.81
36 – 50 dólares	98	65.77	120	83.33
51 – 65 dólares	12	8.05	2	1.39
más de 65 dólares	5	3.36	5	3.47
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

Nacionales

Extranjeros

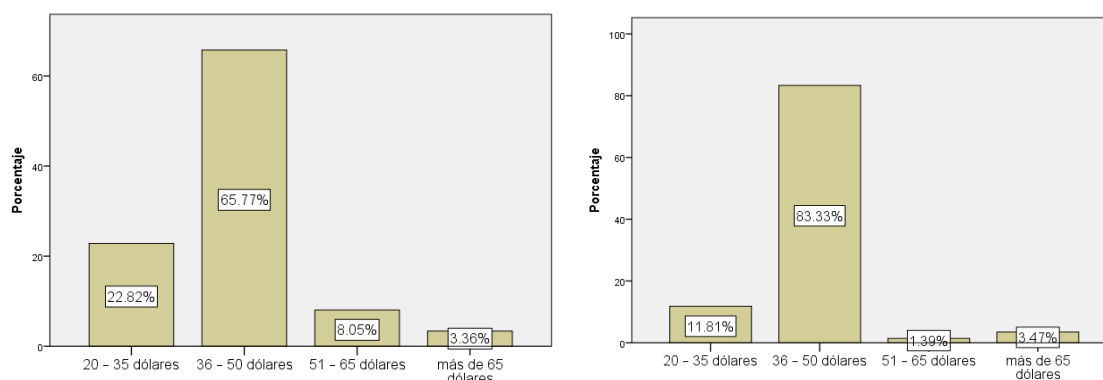


Gráfico 13. Gasto promedio de turistas encuestados.

Interpretación:

Del total de encuestados de turistas nacionales su gasto promedio por día es de 36 – 50 dólares en un 65.77%. Por su parte los turistas extranjeros tienen un gasto promedio por día de 36 – 50 dólares en un 83.33%.

13) Días a permanecer en la parroquia

Tabla 25. Días a permanecer en la parroquia de turistas encuestados.

Permanencia	Nacionales	%	Extranjeros	%
Uno	40	26.85	38	26.39
Dos	65	43.62	81	56.25
Tres	32	21.48	12	8.33
Más de tres días	12	8.05	13	9.03
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

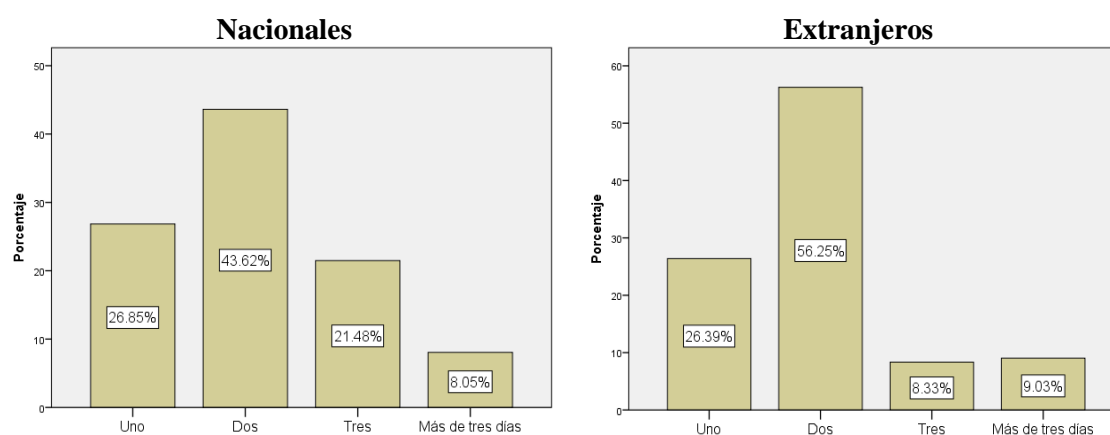


Gráfico 14. Días a permanecer en la parroquia de turistas encuestados.

Interpretación:

Se logró conocer que los turistas nacionales estarían dispuestos a permanecer en la parroquia dos días en un 43.62% y los turistas extranjeros de igual forma están dispuestos a permanecer en un 56.25% dos días.

14) Medios que prefieren informarse

Tabla 26. Medios que prefieren informarse de turistas encuestados.

Variable	Nacionales	%	Extranjeros	%
Internet	100	67.11	116	80.56
Radio	11	7.38	10	6.94
Televisión	9	6.04	4	2.78
Prensa	17	11.41	3	2.08
Guía turística	12	8.05	11	7.64
Total	149	100.0	144	100.0

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

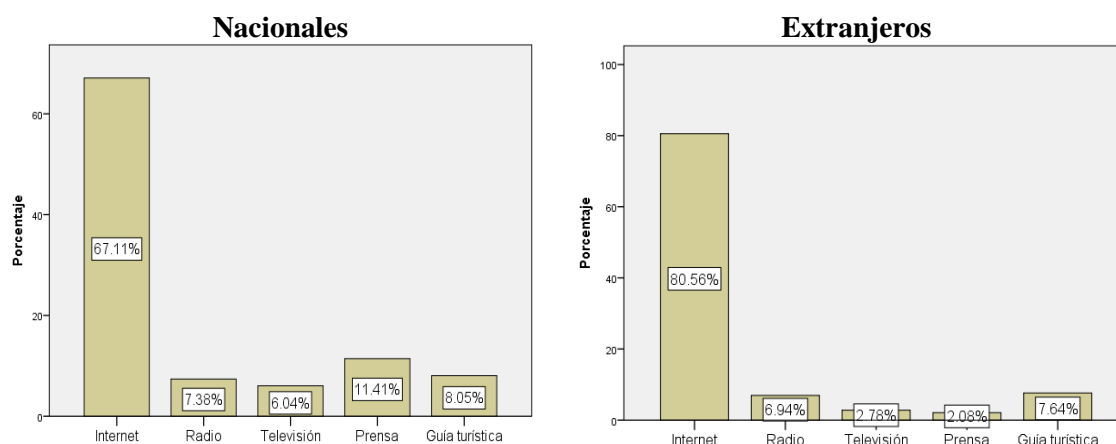


Gráfico 15. Medios que prefieren informarse de turistas encuestados.

Interpretación:

La mayor parte de encuestados de turistas nacionales manifestaron que los medios por los cuales prefieren informarse es el internet en un 67.11% y prensa en un 11.41%. Por su parte los turistas extranjeros lo hacen por el internet en un 80.56% y guía turística en un 7.64%.

El 93.33% de turistas nacionales y 96.92% de turistas extranjeros encuestados dijeron que les gustaría que se incorporen otros atractivos cercanos al cantón.

15) Perfil del turista

Tabla 27. Perfil turistas encuestados.

Pregunta	Turistas Nacionales		Turistas Extranjeros	
Edad	Entre 18 y 25 años	43.62%	Entre 26 y 40 años	41.67%
Género	Masculino	53.02%	Femenino	55.56%
Procedencia	Chimborazo	33.56%	EEUU	27.78%
Nivel de educación	Secundaria	41.61%	Superior	75.00%
Motivo de viaje	Distracción	66.44%	Distracción	67.36%
Acompañamiento de viaje	Familia	42.26%	Amigos y pareja	37.50%
Conocimiento de la parroquia	Si	40.27%	Si	2.78%
Disposición para realizar actividades de turismo	Si	97.32%	Si	97.92%
Preferencia para conocer atractivos	Aguas termales	20.81%	Cascada el ojo del fantasma	22.92%
	Cascada del ojo del fantasma	17.45%	Aguas termales	18.75%
	Cueva de los Tayos	12.75%	Cueva de los Tayos	16.67%
	Senderismo		Senderismo	
Actividades ha realizar	Fotografía	13.4%	Fotografía	13.9%
	Observación de flora y fauna	4.0%	Observación de flora y fauna	4.1%
	Convivencia comunitaria	0.7%	Convivencia comunitaria	0.7%
	Degustación de gastronomía típica	1.3%	Degustación de gastronomía típica	1.4%
	Acercamiento con animales	12.8%	Acercamiento con animales	12.5%
	Ordeño de vacunos	2.0%	Ordeño de vacunos	2.1%
	Labores de siembras	2.0%	Labores de siembras	2.1%
	Cosechas de productos de la zona	2.7%	Cosechas de productos de la zona	2.8%
	Trekking	3.4%	Trekking	3.5%
	Camping	10.7%	Camping	10.4%
	Ciclismo	10.1%	Ciclismo	9.7%
	Canyoning	4.7%	Canyoning	4.9%
	Tubbing	11.4%	Tubbing	11.8%
	Cabalgata	10.7%	Cabalgata	10.4%
	Servicios con los que les gustaría	Alimentación	45.64%	Alimentación
Gasto promedio	36 – 50 dólares	65.77%	36 – 50 dólares	83.33%
Días a permanecer	Dos	43.62%	Dos	56.25%
Medios que prefieren informarse	Internet	67.11%	Internet	80.56%
	Prensa	11.41%	Guía Turística	7.64%

Nota: Encuestas realizadas, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Análisis de la oferta

La oferta de un territorio se ve plasmada dentro de sus atractivos turísticos, infraestructura básica, planta turística y superestructura, componenets que se describen de la siguiente manera:

1) Infraestructura básica

Tabla 28. Infraestructura básica de la parroquia Puela.

Servicio	Tipo	Observaciones
Agua	Entubada	Consumo doméstico, servicio público, consumo comercial e industrial.
Energía eléctrica	Red pública	Se encuentra en estado bueno.
Comunicaciones	Telefonía fija y móvil	Se encuentra en estado regular.
Alcantarillado	Alcantarillado y pozos sépticos.	Se encuentra en estado regular.
Desechos solidos	Recolección de basura	Se encuentra en estado regular.
Salud	Dispensario del Seguro Social Campesino El Manzano (MSP)	Servicios de medicina general, odontología y enfermería.
Medios de transporte	Coop. Bayushig	Dos rutas la primera Riobamba – Puela en horario de 7:00 am a 6:00 pm (cada hora), y la segunda ruta de Puela – Riobamba en horario de 7:45 am a 6:45 pm (cada hora).
Vías de acceso	De primer orden, segundo orden y caminos de tierra.	vías de tierra 21317.80 m vías adoquinadas 400.24 m vías asfaltadas 5612.20 m vías de doble tratado 2189.51 m vías lastradas 10736.33 m

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

2) Planta turística

A nivel del cantón Penipe no se encuentra una cantidad representativa de empresas prestadoras de servicios turísticos, sin embargo, los existentes se presentan a continuación:

Tabla 29. Caracterización del servicio de hospedaje.

Establecimiento	Propietario	Capacidad	Ubicación	Servicios	Tipo	Categoría
Hostería Santa Mónica	Carlos Noboa	30 pax	parroquia El Altar (comunidad El Gusó)	SPA Alimentación Caminatas	Hosteria	I
Centro Turístico Vulcano Green	Gilberto Veloz	30 pax	Vía Riobamba – Baños (entrada del cantón Penipe)	Restaurante Discoteca SPA	Hosteria	II
Hostería Agroturística Utuñaac	Alfonso Haro	20 pax	parroquia El Altar (comunidad Utuñaac)	Caminatas Camping Alimentación	Hosteria	III

Hacienda Releche		44 pax	parroquia La Candelaria (comunidad Releche)	Cabalgatas Pesca deportiva Caminatas Camping Alimentación	Hostería	III
Albergue La Candelaria	GAD parroquial La Candelaria	30 pax	centro de la parroquia La Candelaria	Caminatas Cabalgatas Pesca deportiva	Hostería	III
Valle de los Collanes	comunidad de Releche	20 pax	parroquia la Candelaria	Cabalgatas Alimentación Pesca deportiva Caminatas	Hostería	III

Nota: GAD cantón Penipe, 2018

Elaborado por: Andrea Logroño

Tabla 30. Caracterización del servicio de alimentación.

Establecimineto	Propietario	Capacidad	Ubicacion	Servicios	Tipo	Categoria
El Eucal	Mirian Vaca	40 pax	parroquia El Altar	Restaurante SPA Piscinas temperadas Caminatas Mirador Juegos infantiles Canchas deportivas	Restaurante	III
Sindicato de choferes 4 de Octubre	Pedro Padilla	50 pax	parroquia de Penipe (sindicato de choferes 4 de Octubre)	SPA Piscinas temperadas Restaurante Canchas deportivas	Restaurante	III
Complejo Turístico Ojo del Fantasma	GAD Parroquial de puela	50 pax	parroquia Puela (comunidad Pungal)	Piscinas Caminatas Piscinas de aguas termales Canchas deportivas Juegos infantiles Pesca deportiva	Complejo turístico	III
Comedor de la señora Clara Tacuri	Clara Tacuri	12 pax	parroquia Bayushig (junto al estadio)	Hornado, tortillas de maíz	Comedor	III

				Licores de claudia y manzana		
Comedor de la Señora Laura Chunata	Laura Chunata	20 pax	Parroquia Bayushig (barrio el Quinche)	Caldo de gallina, tortilla de maíz, licores de manzana y claudia	Comedor	III
Comedor Sabor de mi tierra	Familia Chunata	20 pax	barrio el Quinche	Comida típica de la zona y licores de manzana y claudia	Comedor	III
Comedor de la señora Judit Chunata Inca	Judit Chunata Inca	14 pax	parroquia Bayushig (barrio el Quinche)	Comida típica de la zona y licores	Comedor	III
Comedor de la señora Laitcenia Guanga	Laitcenia Guanga	14 pax	parroquia Bayushig (barrio el Quinche)	Comida típica de la zona y licores	Comedor	III
Marisquería Puerto de Manabí	José Herrera	24 pax	parroquia Matus	Desayunos Almuerzos Mariscos	Restaurante	III
Fogón de los Abuelos	Gonzalo Mariño	16 pax	parroquia Matus	Cuy asado Caldos de gallina	Restaurante	III
El sabor de la Piedra	Fanny Vera	24 pax	vía Riobamba -Baños (entrada a Penipe)	Desayunos Almuerzos Platos típicos como tortilla de maíz	Restaurante	III
Asadero Carlita	Blanca Hidalgo	24 pax	vía Riobamba -Baños (entrada a Penipe)	Desayunos Almuerzos Meriendas Platos típicos de la zona	Restaurante	III
Restaurante La Estancia del Manglar	Laura Peña	20 pax	vía Riobamba -Baños (entrada a Penipe)	Desayunos Almuerzos Meriendas Platos típicos de la zona	Restaurante	III
Cafetería Osvaldo Ochoa	Oswaldo Ochoa	8 pax	vía Riobamba -Baños (entrada a Penipe)	Alimentación y bebidas	Cafetería	III
Restaurantes Katita	Karla	20 pax	Penipe	Desayunos Almuerzos Meriendas	Restaurante	III

Platos típicos
de la zona

Nota: GAD cantón Penipe, 2018

Elaborado por: Andrea Logroño

Tabla 31. Caracterización del servicio de recreación, diversión y esparcimiento.

Establecimiento	Propietario	Capacidad	Ubicación
Pesca Deportiva Napoleón Morales	Napoleón Morales	parroquia Matus frente al fogón de los Abuelos	Pesca deportiva (7 peceras)
Pesca deportiva el Guso	Héctor Páez	comunidad el Guso (parroquia El Altar)	Pesca deportiva (4 peceras)
Sendero turístico de Matus	GAD parroquial de Matus	parroquia Matus	Contacto con la flora y fauna, río Matus, las cabañas típicas para realizar comidas, baños.
Sendero turístico Valle de los Collanes	GAD parroquial La Candelaria	comunidad Releche	Contacto con la flora y fauna, llega hasta las hasta el refugio El Valle de los Collanes.
Sendero al Volcán	GAD parroquial de Puela	parroquia Puela	Contacto con la flora y fauna, llega hasta las faldas de los del volcán Tungurahua.

Nota: GAD cantón Penipe, 2018

Elaborado por: Andrea Logroño

3) Superestructura

Tabla 32. Superestructura turística.

Institución	Ámbito de intervención
GAD provincial de Chimborazo	Mantenimiento de caminos vecinales, construcción y mantenimiento de infraestructura social
GAD cantonal de Penipe	Estructurar mecanismos de participación de los actores locales Incentivar las inversiones privadas, nacionales y extranjeras Otorgamiento de licencias y patentes, a los prestadores de servicios Planificación local del Turismo Promoción interna de los productos turísticos locales. Propiciar la coordinación institucional a nivel local.
GAD parroquial de Puela	Colaborar con las entidades gestoras de las áreas protegidas para la correcta conservación y manutención de las mismas Desarrollar campañas de concienciación a la población local para motivar comportamientos más ecológicos y sostenibles respecto a los recursos Impulsar acciones de participación de la población en el producto turístico. Promover la investigación de los valores naturales y culturales del área.

Ministerio del Ambiente MAE	Concluir los planes de manejo de áreas naturales protegidas dando prioridad al turismo sostenible. Garantizar calidad ambiental en zonas urbanas y rurales, de desarrollo turístico.
Ministerio de Turismo MINTUR	Asistencia Técnica dirigida a municipios y prestadores de servicios Como órgano rector de las políticas del sector, le corresponde importantes funciones tendientes a fortalecer y desarrollar el sector turístico nacional, como uno de los ejes estratégicos del desarrollo económico Nacional. Diseño de políticas nacionales Coordinación y gestión política Planificación Nacional del Turismo
Asociación Desarrollo integral Comunitario San Francisco	Brinda alternativas de fuentes de trabajo a productores

Nota: GAD cantón Penipe, 2018
Elaborado por: Andrea Logroño

c. Análisis de la competencia

Para determinar la competencia se han considerado las organizaciones únicamente los que cuentan con registros referente al ingreso anual de turistas, las cuales trabajan en emprendimientos comunitarios dentro de la provincia de Chimborazo, bajo los lineamientos de la Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo “CORDTUCH” conjuntamente con su Operadora de Turismo Puruha Razurzu CIA. LTDA.

Tabla 33. Centros de turismo comunitario de la CORDTUCH.

Nº	Nombre CTC	Ubicación	Servicios	Ingreso anual de turistas	Actividades
1	Sumak Kawsay	comunidad Palacio Real, parroquia Calpi, cantón Riobamba.	Restaurante con 10 mesas, 50 sillas. Ofrece almuerzos y platos especiales (carne de llama) a un precio de \$8,50. Cuenta con 5 guías nativos.	2500 visitantes 375 nacionales 2125 extranjeros	Senderismo Paseos en llamas Visitas al museo de la llama
2	Casa Cóndor	comunidad de Pulinguí San Pablo parroquia San Juan, cantón Riobamba.	Cabaña con 6 habitaciones (4 dobles; 2 múltiples) y una capacidad instalada para 36 pax. Precio por noche y por pax \$20,00. Comedor con 10 mesas, 30 sillas, precio por plato \$8,50. Se cuenta con 3 guías nativos y 20 guías naturalistas.	589 visitantes 59 nacionales 530 extranjeros	Cabalgatas Caminatas bosque de Polylepis y el Templo Machay

3	Guarguallá	Comunidad Guarguallá, parroquia Cebadas, cantón Guamate.	Albergue comunitario con 3 habitaciones (2 dobles; 1 múltiple) y una capacidad instalada para 15 pax. Precio por noche y por pax \$20,00. Comedor con 4 mesas, 15 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Precio por plato \$8,50. Se cuenta con 5 guías nativos y 3 guías naturalistas.	120 visitantes 12 nacionales 530 extranjeros	Senderismo en la ruta hacia el volcán Sangay. Convivencia comunitaria Observación de aves Cabalgatas
Total		3631 turistas, los cuales el 12.28% son nacionales es decir 446 y 3185 son extranjeros que corresponden al 87.72%			

Nota: CORDTUCH, 2018

Elaborado por: Andrea Logroño

Tabla 34. Proyección de la competencia.

Año	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total Competencia
2018	446	3185	3631
2019	508	3631	4139
2020	580	4139	4719
2021	661	4719	5379
2022	753	5379	6133

Nota: Logroño, 2018. Trabajo de campo

d. Confrontación competencia vs demanda

Tabla 35. Demanda insatisfecha.

$$DI = 20199 - 3631$$

$$DI = 16568$$

Elaborado por: Andrea Logroño

Tabla 36. Proyección de la demanda insatisfecha.

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
2018	20199	3631	16568
2019	23026	4139	18887
2020	26250	4719	21531
2021	29925	5379	24546
2022	34115	6133	27982

Elaborado por: Andrea Logroño

e. Demanda objetiva

Se va a captar el 30% de la demanda insatisfecha al considerar la competencia existente, por lo cual se tiene como resultado 4970 turistas anuales.

Tabla 37. Determinación de la demanda objetiva.

DO	= 16568 * 30%
DO	= 4970

Elaborado por: Andrea Logroño

A continuación, se presenta la proyección de la demanda objetiva:

Tabla 38. Proyección de la demanda objetiva.

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva nacional	Demanda objetiva extranjeros
2018	16568	4125	845
2019	18887	4703	963
2020	21531	5361	1098
2021	24546	6112	1252
2022	27982	6968	1427

Elaborado por: Andrea Logroño

f. Plan mercadotécnico

La imagen turística para el producto turístico de la parroquial Puela lograra la diferenciación con otros existentes a nivel local y nacional.

1) Nombre

El nombre del producto turístico a diseñar a sido nombrado: *“Adventure Puela”* en función a las potencialidades naturales del territorio.

2) Logotipo

El logotipo del producto turístico representa la potencialidad naturale de su territorio al brindar la oportunidad de despertar sus sentidos a través de la realización de deportes de aventura y el disfrute de la naturaleza en armonía con el entorno.

**Gráfico 16.** Logotipo Adventure Puela.

Nota: Logroño, 2018. Trabajo de campo

3) Slogan

El slogan que representa al producto turístico es el siguiente *“Aventura y naturaleza despiertan tus sentidos”*.

4) Colores

Para transmitir la magia de la aventura del territorio a través del producto turístico los colores que componen la marca poseen concordancia con los sentidos.

Café: identifica la tierra existente en el territorio parroquial, refleja la pertinencia de la población a su tierra.

Verde: identifica la naturaleza, denotando los atractivos naturales existentes en el territorio.

5) Publicidad

Por medio del internet y otros medios publicitarios se crearon a través del análisis de la demanda turística.

a) Página Web



Gráfico 17. Página Web Adventure Puela.
Elaborado por: Andrea Logroño

b) Red social



Gráfico 18. Red social Adventure Puela.
Elaborado por: Andrea Logroño

c) Tarjetas de presentación



Gráfico 19. Tarjetas de presentación Adventure Puela.
Elaborado por: Andrea Logroño

d) Volantes



Gráfico 20. Volantes Adventure Puela.
Elaborado por: Andrea Logroñ

g. Requerimientos para el área comercial

1) Talento humano

Tabla 39. Talento humano.

Descripción	Cantidad	RMU	Gasto Unitario	Gasto Total
Ing. En Marketing	1	Persona	1000	15,285.00
Total de gastos talento humano				15,285.00

Elaborado por: Andrea Logroño

2) Activos fijos

Tabla 40. Activos fijos.

Bienes inmuebles				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Terreno	7	m2	25	175.00
Construcciones	7	m2	150	1,050.00
Subtotal				1,225.00
Bienes muebles				
Muebles y enseres				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Archivador	2	Archivador	70	140.00
Escritorio	1	Escritorio	200	200.00
Sillas giratorias	2	Sillas	80	160.00
Subtotal				500.00
Maquinarias y equipos				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Teléfono	1	teléfono	40	40.00
Subtotal				40.00
Equipos de computación				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Tablet	1	Tablet	80	80.00
Impresora	1	Impresora	200	200.00
Computadora	1	Computadora	700	700.00
Subtotal				980.00
Total de inversión de activos fijos				2,745.00

Elaborado por: Andrea Logroño

3) Activos diferidos

Tabla 41. Activos diferidos.

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Diseño de página web y red social	1	pagina web	600	600.00
Material publicitario (antes del funcionamiento)	1000	Volantes y tarjetas de presentacion	0.30	300.00
Total de inversión de activos diferidos				900.00

Elaborado por: Andrea Logroño

4) Gastos de promoción y publicidad

Tabla 42. Gastos de promoción y publicidad.

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Fan Trip	1	fan trip	600	600.00
Material publicitario (antes del funcionamiento)	1000	Volantes y tarjetas de presentacion	0.30	300.00
Total de gastos de promoción y publicidad				900.00

Elaborado por: Andrea Logroño

B. VIABILIDAD TÉCNICA DEL PRODUCTO TURÍSTICO

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	4125	2063	1031	344	172	86	11
2019	4703	2351	1176	392	196	98	13
2020	5361	2681	1340	447	223	112	15
2021	6112	3056	1528	509	255	127	17
2022	6968	3484	1742	581	290	145	19

Elaborado por: Andrea Logroño

Tabla 44. Consumo aparente de clientes extranjeros.

Año	Demanda objetiva	Semestre	Trimestre	Mes	Quincena	Semana	Día
2018	845	422	211	70	35	18	2
2019	963	482	241	80	40	20	3
2020	1098	549	275	92	46	23	3
2021	1252	626	313	104	52	26	3
2022	1427	714	357	119	59	30	4

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Consumo aparente por actividades

Tabla 45. Consumo aparente por actividades.

Año	Demanda objetiva	Índices de actividades														
		Senderismo	Fotografía	flora y fauna	Convivencia	gastronomía típica	Acercamiento con	Ordeño	siembras	Cosechas	Trekking	Camping	Ciclismo	Canyoning	Tubbing	Cabalgata
		13.4 %	4.0 %	0.7 %	1.3 %	12.8 %	2.0 %	2.0 %	2.7 %	3.4 %	10.7 %	10.1 %	4.7 %	11.4 %	10.7 %	10.1 %
2018	4125	553	165	29	54	528	83	83	111	140	441	417	194	470	441	417
2019	4703	630	188	33	61	602	94	94	127	160	503	475	221	536	503	475
2020	5361	718	214	38	70	686	107	107	145	182	574	541	252	611	574	541
2021	6112	819	244	43	79	782	122	122	165	208	654	617	287	697	654	617
2022	6968	934	279	49	91	892	139	139	188	237	746	704	327	794	746	704

Elaborado por: Andrea Logroño

Tabla 46. Demanda potencial de turistas extranjeros por actividades.

Año	Demanda objetiva	Índices de actividades														
		Senderismo	Fotografía	flora y fauna	Convivencia	gastronomía típica	Acercamiento con	Ordeño	siembras	Cosechas	Trekking	Camping	Ciclismo	Canyoning	Tubbing	Cabalgata
		13.9 %	4.1 %	0.7 %	1.4 %	12.5 %	2.1 %	2.1 %	2.8 %	3.5 %	10.4 %	9.7 %	4.9 %	11.8 %	10.4 %	9.7 %
2018	845	117	35	6	12	106	18	18	24	30	88	82	41	100	88	82
2019	963	134	39	7	13	120	20	20	27	34	100	93	47	114	100	93
2020	1098	153	45	8	15	137	23	23	31	38	114	107	54	130	114	107
2021	1252	174	51	9	18	156	26	26	35	44	130	121	61	148	130	121
2022	1427	198	59	10	20	178	30	30	40	50	148	138	70	168	148	138

Elaborado por: Andrea Logroño

2. **Localización del proyecto**

a. **Macrolocalización**

El producto turístico se localizará en la provincia de Chimborazo, canton Penipe, parroquia Puela.

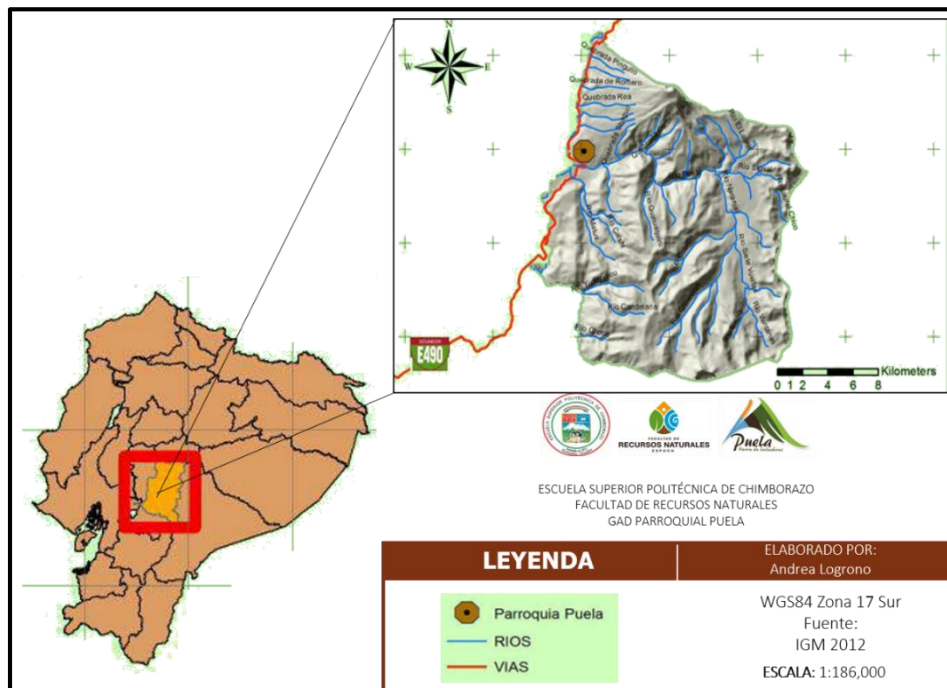


Gráfico 21. Macrolocalización del producto turístico.
Elaborado por: Andrea Logroño

b. **Microlocalización**



Gráfico 22. Microlocalización del producto turístico.
Elaborado por: Andrea Logroño



3. Diseño del producto turístico



En función a la oferta, demanda y el aporte técnico se procedió a relacionar las actividades turísticas identificadas con sus atractivos cercanos, razón por la cual se determinaron dos paquetes turísticos con el fin de brindar a los turistas una alternativa de esparcimiento al disfrutar de la aventura y la naturaleza de la zona.

- Puela aventura total
- Puela descanso a plenitud

a. Puela aventura total

Tabla 47. Puela aventura total.




Atractivo	Actividades	Descripción	Fotografía
Cerro Montiron	Senderismo Cicloturismo Caminata Observacion de flora y fauna Camping Fotografía	El cerro conforma un mirador natural donde se puede observar el poblado del Altar y Palictahua, los volcanes que la rodean que son el volcán Tungurahua y El Altar además se puede apreciar bien el río Puela ya antigua carretera Riobamba – Baños. Además, en el cerro se pueden realizar rituales en medio de la naturaleza, con el fin de atraer energías.	
Chorrera el Batán	Cicloturismo Senderismo Caminata Observación de flora y fauna Camping Fotografía	La cascada del Batán es una fuente de riqueza natural cuyas aguas son cristalinas con propiedades minerales, sus estribaciones son rocosas; mide aproximadamente 90 m. de altura, este es un ramal que desemboca en el río Puela, además esta caída de agua pasa	



		<p>por una canal de riego, que está a 1 Km de distancia de la cascada y sirve de regadío para los cultivos de la comunidad de Pungal de Puela de la zona baja.</p>	
Cueva de los Tayos	<p>Senderismo Cabalgata Caminata Observacion de flora y fauna Camping Fotografía</p>	<p>Esta cueva tiene una altura de 6 metros y 2 de profundidad, dentro de la misma encontramos a los tayos o guacharos (<i>Steatornis caripensis</i>) que son aves nocturnas con ojos saltones que reflejan intensamente la luz cuando se los alumbran. Además cuando despiertan emiten un sonido muy fuerte parecido al maullido de un gato</p>	
Cascada el Mayorasgo	<p>Senderismo Canyoning Cabalgata Caminata Caminata Camping Fotografía</p>	<p>Es una cascada rocosa en forma de hendidura que mide aproximadamente 60 metros de altura. Cuando los rayos de sol penetran se crea un espejo de agua espectacular.</p>	

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Puela descanso a plenitud

Tabla 48. Puela descanso a plenitud

Atractivo	Actividades	Descripción	Fotografía
Cerro Montiron	Senderismo Cicloturismo Caminata Observacion de flora y fauna Camping Fotografía	El cerro conforma un mirador natural donde se puede observar el poblado del Altar y Palictahua, los volcanes que la rodean que son el volcán Tungurahua y El Altar además se puede apreciar bien el río Puela ya antigua carretera Riobamba – Baños .	
Río Puela	Tubing Pesca deportiva	Existe la afluencia de gente local hacia las riveras del río principalmente los fines de semana ya que existe la creencia que sus aguas son provenientes de piedras golpeadas y por ende tienen propiedades curativas. El río Puela tiene un buen caudal, su agua es cristalina y helada. Cuando llueve este río crece que llega hasta 4 m de altura, puede realizar Tubing.	
Cascada Ojo del Fantasma	Senderismo Observación de flora y fauna Caminata Camping Fotografía	El ojo del Fantasma se lo llama así, a la formación rocosa por donde pasa un riachuelo, vista desde la base de la cascada se asemeja a un ojo. Además debido a su fantástica forma, existen creencias místicas de	

	<p>adoración a los dioses.</p> <p>La formación rocosa del “Ojo del Fantasma” se llama así, debido a la forma de ojo que presenta reflejando al otro lado la cascada denominada El Chochal.</p>	
<p>Aguas Termales</p> <p>Senderismo Caminata Camping Fotografía</p>	<p>Estas aguas sulfurosas son de origen subterráneo provenientes de la actividad volcánica del Tungurahua.</p> <p>Existen dos piscinas construidas que están adecuadas para 5 personas el agua tiene una coloración amarillenta debido a la presencia de sulfuros y elementos férricos que le dan un olor peculiar, posee una temperatura que oscila entre 25 – 40 °C.</p>	
<p>Cascada el Tambo</p> <p>Senderismo Cicloturismo Canyoning Cabalgata Caminata Observación de flora y fauna Camping Fotografía</p>	<p>Las cascadas del Tambo son dos formaciones naturales de agua cristalina que se encuentran juntas con una distancia una de la otra de 20 metros, debido a la constante caída del agua se a formado en las paredes de las cascadas un color plata que reflejados con la luz del sol se hace muy vistoso a la vista de los visitantes.</p>	

c. Estructuración de paquetes turísticos

1) Paquete 01 Puela aventura total

Tabla 49. Estructura paquete 01.



Denominación: Puela aventura total

Código: PAT001

Carácter: Aventura y naturaleza

Demanda: Nacional y extranjera

Dificultad: Baja

Duración: 1 día

Itinerario

Día	Hora	Actividades
1	8:00	Inicio de actividades / Bienvenida a la parroquia Puela
	8:30	Desayuno comida típica de la zona
	9:30	Caminata hacia el cerro Montirón, acompañado de observación de flora y fauna, finalizando con la toma de té natural energízate de para el recorrido.
	11:30	Ciclismo por la cascada Chorrera el Batán acompañado de observación de flora y fauna y fotografía turística.
	12:30	Traslado a la cueva de los Tayos para realizar actividades de cabalgata, senderismo acompañado de la observación de flora y fauna y fotografía turística.
	14:00	Box lunch
	15:00	Visita a la cascada el Mayorasgo para realizar canyoning y un encuentro de actividades de cultura ancestral para relatar de cuentos mitológicos de la cascada.
	18:30	Fin de actividades / Despedida

Descripción del paquete

En la mañana nos encontraremos en la parroquia Puela, perteneciente al canton Penipe, para visitar atractivos turísticos como: cerro Montirón, la Chorrera el Batán, la cueva de los Tayos, cascada el Mayorasgo, en donde se podrán practicar actividades de aventura tales como:

ciclismo, cabalgata, senderismo, canyoning y observación de flora y fauna en medio del ambiente natural.

Requerimientos de la visita	Documentos personales Ropa comoda y ligera Gorra para el sol Protector solar Poncho de aguas Protector solar Cámara fotográfica		
Prohibiciones	Bebidas alcohólicas Armas blancas		
Normas de comportamiento	No arrojar basura No destruir los sitios No llevarse las especies de flora y fauna		
Paquete incluye	Trasporte Desayuno Almuerzo Guía Equipo para ciclismo, cabalgata y canyoning	Paquete no incluye	Gastos personales (propinas)

Elaborado por: Andrea Logroño

2) Paquete 02 Puela descanso a plenitud

Tabla 50. Estructura paquete 02.



Denominación: Puela descanso a plenitud

Código: PDP002

Carácter: Aventura y naturaleza

Demanda: Nacional y extranjera
Dificultad: Baja
Duración: 1 día

Itinerario

Día	Hora	Actividades
1	8:00	Inicio de actividades / Bienvenida a la parroquia Puela
	8:30	Desayuno comida típica de la zona
	9:30	Ciclismo por el cerro Montiron acompañado de observación de flora y fauna, fotografía turística y caminatas en el ambiente natural.
	11:30	Traslado al río Puela practicar tubing y pesca deportiva
	13:30	Almuerzo tradicional
	14:30	Rito de ingreso a la cascada con el fin de pedir permiso realizar la visita a la cascada el Ojo del Fantasma acompañada con actividades de observación de flora y fauna, senderismo y fotografía turística.
	15:30	Relajación en las aguas termales naturales acompañado de caminatas en el ambiente natural.
	17:30	Visita a la cascada el Tambo acompañada con actividades de observación de flora y fauna, senderismo y fotografía turística.
	18:00	Fin de actividades / Despedida

Descripción del paquete

En la mañana nos encontraremos en la parroquia Puela, perteneciente al canton Penipe, para visitar atractivos turísticos como el cerro Montiron, río Puela, cascada el Ojo del Fantasma y la cascada el Tambo, en donde se podrán practicar actividades de aventura tales como: ciclismo, tubing, pesca deportiva, senderismo, observación de flora y fauna, fotografía turística y poder disfrutar de las aguas termales naturales de las vertientes del volcán Tungurahua.

Requerimientos de la visita	Documentos personales Ropa comoda y ligera Gorra para el sol Protector solar Poncho de aguas Protector solar Cámara fotográfica
Prohibiciones	Bebidas alcohólicas Armas blancas
Normas de comportamiento	No arrojar basura No destruir los sitios No llevarse las especies de flora y fauna

Paquete incluye	Trasporte Desayuno Almuerzo Guía Equipo para ciclismo, pesca deportiva y canyoning.	Paquete no incluye	Gastos personales (propinas)
------------------------	---	---------------------------	------------------------------

Elaborado por: Andrea Logroño

d. Costo de paquetes turísticos

Tabla 51. Costo paquete 01 Puela aventura total

Servicio	Costo Total	Rango de pax		
		2	5	10
COSTO FIJO				
Guía local	10	5	2	1
Transporte	8	4	0.8	0.08
TOTAL C. F.	18	9	2.8	1.08
COSTO VARIABLE				
Desayuno típico de la zona	2.5	2.5	2.5	2.5
Ciclismo (equipos)	4	4	4	4
Cabalgata (equipos)	4	4	4	4
Box Lunch	3.5	3.5	3.5	3.5
Canyoning (equipos)	5	5	5	5
TOTAL C. V.	19	19	19	19
COSTOS DIRECTOS	37	28	21.8	20.08
Gastos de administración (10%)	3.7	2.8	2.18	2.01
Gastos de ventas (10%)	3.7	2.8	2.18	2.01
COSTO TOTAL	44.4	33.6	26.16	24.096
Utilidad (10%)	4.44	3.36	2.62	2.41
Precio venta Final	48.84	36.96	28.78	26.51

Elaborado por: Andrea Logroño

El precio de venta final del paquete turístico Puela aventura total por persona es de \$48.84, por 2 pax es de \$36.96, por 5 pax \$28.78 y por 10 pax \$26.51 en función a los servicios y actividades que incluye en el paquete.

Tabla 52. Costo paquete 02 Puela descanso a plenitud

Servicio	Costo Total	Rango de pax		
		2	5	10
COSTO FIJO				
Guía local	10	5	2	1
Transporte	10	5	1	0.1
TOTAL C. F.	20	10	3	1.1
COSTO VARIABLE				
Desayuno típico de la zona	2.5	2.5	2.5	2.5
Ciclismo (equipos)	4	4	4	4
Tubing (equipos)	4	4	4	4
Pesca deportiva (equipos)	4	4	4	4
Almuerzo tradicional	3.5	3.5	3.5	3.5
Canyoning (equipos)	5	5	5	5
TOTAL C. V.	23	23	23	23
COSTOS DIRECTOS	43	33	26	24.1
Gastos de administración (10%)	4.3	3.3	2.6	2.41
Gastos de ventas (10%)	4.3	3.3	2.6	2.41
COSTO TOTAL	51.6	39.6	31.2	28.92
Utilidad (10%)	5.16	3.96	3.12	2.89
Precio venta Final	56.76	43.56	34.32	31.81

Elaborado por: Andrea Logroño

El precio de venta final del paquete turístico Puela descanso a plenitud por persona es de \$56.76, por 2 pax es de \$43.56, por 5 pax \$34.32 y por 10 pax \$31.81 en función a los servicios y actividades que incluye en el paquete.

4. Flujograma de procesos

a. Flujograma del paquete 01 Puela aventura total

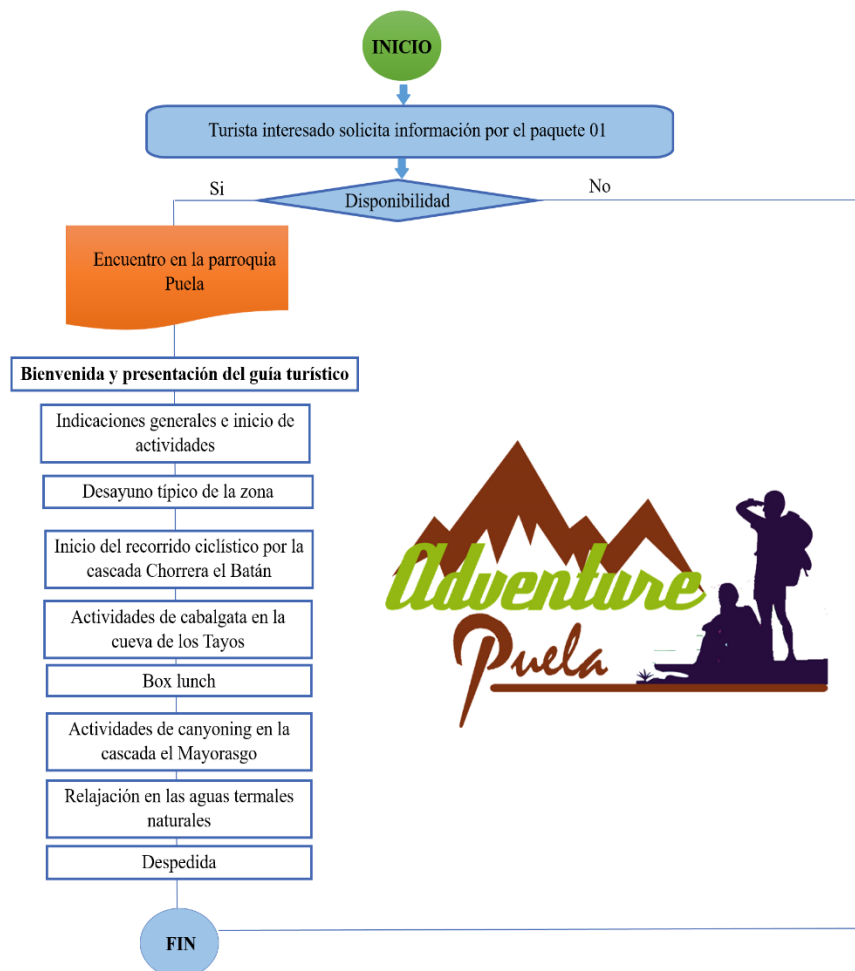


Gráfico 23. Flujograma del paquete 01

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Flujograma del paquete 01 Puela aventura total

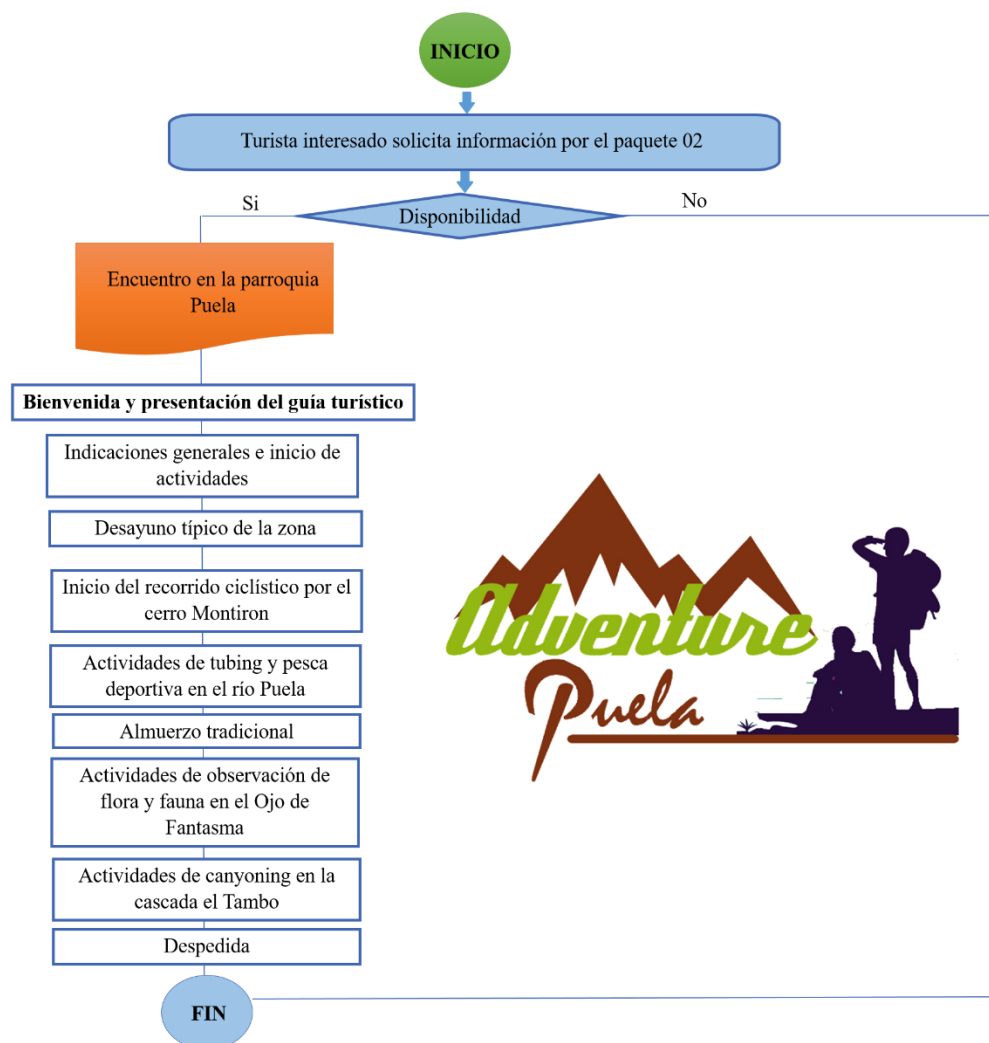


Gráfico 24. Flujograma del paquete 02

Elaborado por: Andrea Logroño

5. Requerimientos para el área productiva

a. Talento humano

Tabla 53. Talento humano.

Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Mano de obra indirecta				
Encargado de caballos	1	persona	368	5,624.88
Mano de obra directa				
Guías turísticos	2	guías	650	19,870.50
Total costo de mano de obra área productiva				25,495.38

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Activos fijos

Tabla 54. Activos fijos.

Bienes muebles				
Materiales y equipos				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipo de rapel	1	equipos	2000	2,000.00
Equipo de ciclismo	5	equipos	700	3,500.00
Equipo de seguridad	1	equipos	600	600.00
Caballos	5	Caballos	900	4,500.00
Monturas	5	montura	250	1,250.00
Equipo de pescar	5	equipos	350	1,750.00
Equipo de tubing	5	equipos	200	1,000.00
Subtotal			14,600.00	
Equipos de computación				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	1	Computador a	700	700.00
Subtotal			700.00	
Muebles y enseres				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Basureros ecológicos	12	basurero	80	960.00
Subtotal			960.00	
Total de inversiones de bienes muebles				16,260.00
Inversión de bienes inmuebles				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Terreno	800	m2	25	20,000.00
Cabañas	2	Cabaña	5000	10,000.00
Senderos	3	Senderos	5000	15,000.00
Señalética	10	Señalética	200	2,000.00
Total de inversiones de bienes inmuebles				47,000.00
TOTAL DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS				63,260.00

Elaborado por: Andrea Logroño

c. Materias primas e insumos

Tabla 55. Materias primas e insumos.

Materias primas e insumos				
Detalle	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Botas de caucho	10	botas	3.5	35.00
Gorras	10	gorras	3	30.00
Poncho de aguas	10	poncho de aguas	3	30.00
Fundas para basura	15	Fundas para basura	1.5	22.50
Subtotal			117.50	

Elaborado por: Andrea Logroño

C. VIABILIDAD SOCIO-AMBIENTAL

1. Estudio ambiental

Con la realización del estudio ambiental y con la ayuda de la matriz de Lázaro Lagos se determinarán los impactos tanto positivos como negativos que se producirán con la creación de un producto turístico en la parroquia Puela.

a. Identificación de acciones que pueden causar impacto

1) Ciclismo

Esta actividad permitirá la apreciación y valoración de los recursos naturales que serán visitados sin embargo tiene impactos negativos como la contaminación auditiva.

2) Caminatas

Con esta actividad se realizará observación de flora y fauna y con esto se lograría una conciencia ambiental tanto por los habitantes de la zona, como por los visitantes futuros.

3) Senderismo

Las caminatas que se pretende se realicen en el área tendrá impactos tanto positivos como negativos ya que esta actividad ayudaría al conocimiento del sitio, de las especies de flora y fauna que existen en el lugar, aspectos negativos como la compactación del suelo y la contaminación auditiva.

4) Camping

Esta es una actividad que ayudará no solo a la dinamización de la economía local, sino también al conocimiento del lugar y con esto existirían recomendaciones para futuros visitantes, aspectos negativos como la emanación de dióxido de carbono con la realización de fogatas y contaminación auditiva.

5) Cabalgata

Es otra de las actividades productivas que se realizan a mayor escala dentro de la zona de estudio. Sin embargo, los caballos pisotean el pasto por lo que existe una compactación y erosión del suelo.

6) Canyoning

Esta actividad es un deporte acuático que combina distintas técnicas como salto, nado, descenso con cuerdas. Se la pretende realizar en la cascada el Mayorasgo.

7) Tubing

También conocido como descenso en el río. En el río Puela se realizará esta actividad, considerando que la misma producirá un menor número de impactos negativos en este recurso natural.

8) Pesca deportiva

Se pretende realizar en el río Puela como una actividad recreativa, la misma ayudará en el incremento de actividad turística del sitio.

9) Implementación de señalética turística y basureros ecológicos

Se produce efectos negativos ya que existe contaminación al utilizar materiales de construcción ajenos a la zona.

10) Implementación de infraestructura

Perdida de plantas propias del ecosistema, además se puede ahuyentar especies animales de la zona, y se ven obligadas a migrar.

b. Identificación de factores ambientales susceptibles a recibir impactos

1) Suelo

Esencialmente en la parroquia existen carreteras de primer, segundo y tercer orden en las que transitan principalmente tractores, motos, vehículos livianos entre otros.

2) Agua

Existe la afluencia de gente local hacia las riveras de los ríos principalmente los fines de semana ya que existe la creencia que sus aguas son provenientes de piedras golpeadas y por ende tienen propiedades curativas y por esta afluencia existe contaminación por basura que los visitantes dejan en el lugar.

3) Aire

La contaminación del aire es un problema que afecta no solo al ser humano sino también a las especies de flora y fauna. Las principales causas son la presencia de vehículos motorizados, quema de basura y desechos sólidos, han hecho que el aire del sitio sea contaminado.

4) Flora y Fauna

En los diferentes recursos naturales en los que se va a desarrollar el presente producto turístico, existe una gran variedad de especies florísticas y faunísticas, existe contaminación que se genera en los hábitats, mediante la expansión de la frontera agrícola y pecuaria, plantación de especies exóticas han ocasionado la pérdida de la vegetación nativa, se espera no causar daños o alteración a alguna de las especies.

5) Paisaje

Las condiciones del área donde se localiza la parroquia Puela debido a su altura, permite una apreciación del entorno además de todos los recursos naturales que esta posee como: la chorrera el Batán, la cueva de los Tayos, entre otros.

6) Medio socioeconómico

El proyecto pretende contribuir a dinamizar la economía local, mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo vinculadas al ámbito turístico y promoviendo el emprendimiento en actividades complementarias, de manera equitativa con las comunidades que forman parte del proyecto para crear esfuerzos colectivos y que las comunidades realicen el intercambio cultural y experiencias vividas con los turistas.

7) Ámbito cultural

Actualmente en el ámbito cultural actualmente no logramos ver ningún rasgo específico que se pueda destacar

c. Matriz de Lázaro Lagos

Tabla 56. Matriz de Lázaro Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Ciclo turismo	2. Caminatas	3. Senderismo	4. Camping	5. Cabalgata	6. Canyoning	7. Tubing	8. Pesca deportiva	9. Imple. de señalética	10. Imple. de infraestructura		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AIRE			X	X						X	Contaminación del aire	-	1	1	D	Sc	2	2	C	S	5
	X	X	X		X				X	X	Partículas en suspensión (polvo)	-	1	1	C	Sc	1	1	C	S	3
B. SUELO	X										Erosión del suelo	-	1	2	C	Ac	2	2	M	S	6
	X	X	X		X						Compactación del suelo	-	1	2	C	As	1	2	M	S	5
		X		X						X	Basura	-	1	1	D	Ac	2	1	C	S	4
			X						X	X	Perdida de la cobertura vegetal	-	1	3	C	Ac	1	2	C	S	6
C. AGUA						X					Contaminación del agua	-	1	3	D	Sc	1	2	M	S	6
	X	X	X	X		X	X	X			Revalorizar la naturaleza	+	2	3	D	Sc	1	1	C	S	8
D. FLORA Y FAUNA	X	X	X	X	X	X		X	X	X	Perturbación de especies por ruido	-	1	2	D	Ac	2	2	C	S	6
	X	X	X		X	X					Valoración de flora y fauna	+	1	3	C	Sc	1	1	M	S	5
	X		X		X					X	Alejamiento de especies de fauna	-	1	2	C	Ac	2	2	C	S	6
E. SOCIO- ECONÓMICO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Aparición de la actividad turística	+	2	1	I	Pr	2	1	M	S	5
	X	X	X	X	X		X	X			Dinamización de la economía local	+	1	2	D	Sc	2	1	M	N	5
		X	X							X	Sensibilización a turistas y población local	+	2	2	D	Pr	2	1	M	S	7
F. PAISAJE						X			X	X	Modificación del paisaje	-	1	3	C	Sc	2	2	C	S	7
	X	X	X	X	X	X	X				Contemplación del entorno	+	1	1	D	Pr	2	1	M	S	4
	X		X			X				X	Contaminación auditiva	-	1	1	D	Pr	2	2	C	S	5
G. CULTURA	X	X	X	X	X						Intercambio cultural	+	2	1	I	PrR	2	1	M	N	5

Elaborado por: Andrea Logroño

d. Matriz de cuantificación

Tabla 57. Matriz de cuantificación.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
A	-3	-3	-5-3	-5	-3				-3	-5-3	1	33	33
B	-6-5	-4-5	-5-6	-4	-5				-6	-4-6	-	56	56
C	+8	+8	+8	+8		-6+8	+8	+8			56	6	62
D	-6+5-6	-6+5	-6+5-6	-6	-6+5-6	-6+5		-6	-6	-6	26	72	97
E	+5+6	+5+6+7	+5+6+7	+5+6	+5+6	+5	+5+6	+5+6	+5	+5	106	-	106
F	+4-5	+4	+4-5	+4	+4	-7+4-5	+4		-7	-7-5	26	41	69
G	+5	+5	+5	+5	+5						25	-	25
TOTAL (+)	33	61	60	28	25	22	23	19	5	5	240		
TOTAL (-)	31	18	26	15	20	24	-	6	22	36		208	
TOTAL	64	58	66	43	45	46	23	25	27	41			448

Elaborado por: Andrea Logroño

Interpretación:

En general, los resultados obtenidos de la matriz son positivos arrojando un valor de 240 frente a la variable negativa con un valor de 208, este es un resultado lógico ya que, las actividades que se pretenden realizar en el sitio causarán más impactos positivos que negativos en los recursos naturales de la parroquia.

En cuanto a las actividades, se pudo demostrar por medio de la matriz que la implementación de la infraestructura es la acción más perjudicial en el área de estudio con un valor negativo de 36, además del ciclo turismo también representan un aspecto negativo, sin embargo a más de las acciones que afectan negativamente también tenemos acciones positivas como caminatas y senderismo son las acciones con el valor más alto, con esto en el futuro creará una conciencia ecológica profunda tanto en los pobladores de la zona como en los turistas logrando la sensibilización de la población local frente a su entorno lo cual además supone un beneficio directo para el medio ambiente, incentivando la recuperación, el cuidado y respeto por el mismo

En cuanto a componentes ambientales, la parte socio-económica con un valor positivo de 106 es la más beneficiada ya que el aumento de turismo en la zona beneficiará no solo a los involucrados directamente con el turismo sino a todas aquellas personas que brinden servicios complementarios al mismo, es por ello que el encuentro entre el turista y los pobladores locales debe enmarcarse dentro del respeto mutuo la cultura de cada uno, solo así se logrará que el intercambio cultural llegue a ser una experiencia positiva para ambas partes.

En cuanto a aspectos negativos, la matriz arrojó un valor negativo de 72 para el componente ambiental flora y fauna por las actividades que se van a realizar en los diferentes recursos naturales de la parroquia.

Para la implementación del producto turístico en la parroquia Puela se han formulado medidas de mitigación que ayuden a disminuir los efectos sobre los recursos naturales del territorio suelo, agua, aire, flora y fauna, lo cual se presenta a continuación:

Tabla 58. Estudio ambiental

Actividades del proyecto que causan daños	Efecto	Medidas de mitigación	Requerimiento	Costo
Suelo y agua				
Implementación de señalética turística y basureros ecológicos	Se produce contaminación al utilizar materiales de construcción ajenos a la zona.	Utilizar materiales reciclados y al entorno. Recoger los desperdicios que sobren en la construcción	Maquinaria de reciclaje	de 2500.00
Recorridos turísticos	Alteración del ecosistema, contaminación de suelo y agua con basura	Estudio de capacidad de carga y diseño de senderos con señalética y	Determinar el número máximo de visitantes al día, y trazar los senderos adecuadamente con	2300.00

		recolectores de basura	de recolectores para una clasificación correcta	
Aire				
Uso de productos químicos para limpieza y desinfección	Contaminación con partículas químicas	Usar productos naturales	Asesoramiento ambiental Clasificación de desechos orgánicos e inorgánicos	800.00
Flora y fauna				
Levantamiento de construcciones	Perdida de plantas propias del ecosistema, además se puede ahuyentar especies animales de la zona, y se ven obligadas a migrar	Construir en lugares con la menor proporción de vida silvestre, y usar maquinaria lo menos ruidos posible	Estudio de vida silvestre, y maquinaria adecuada. Talleres de concientización	1000.00
Total				6600.00

Elaborado por: Andrea Logroño

2. Estructura administrativa legal

a. Análisis de leyes

En el artículo 246 de la Constitución de la República del Ecuador, formulada en el 2008 se menciona: fomentar al desarrollo de empresas comunitarias mediante la participación activa de los pobladores. Por otra parte, la Ley de Economía Popular y Solidaria (LEPS) en su artículo 4 pronuncia como objetivo fundamental el crear organizaciones comunitarias que beneficien económicamente a las comunidades o personas emprendedoras basada en el comercio justo, el respeto hacia las diferentes identidades culturales, la responsabilidad social y ambiental y la distribución equitativa de los recursos que genere el tipo de organización. Además, en la Sección 1 del LEPS artículo 15 manifiesta que se distintas formas de organización: el sector comunitario conformado por familiares, comunidades, pueblos y nacionalidades cuya meta es trabajar en unión la producción, comercialización y distribución de los servicios a prestar en forma solidaria.

Asimismo, el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario (CTC) promueve el desarrollo local, justo, equitativo, sostenible y responsable, además revalorizar la identidad, costumbres y tradiciones a través del intercambio entre turistas y visitantes prestando servicios de calidad y mejorando las condiciones de vida de las comunidades; de esta forma en su artículo 2 revela que los CTC pueden prestar servicios de operación, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, organización de eventos, congresos, convenciones integrándose a las actividades relacionadas con el turismo. En este marco analítico de la normativa legal vigente se menciona que amparados en la Constitución de la República del Ecuador que apoya la creación de empresas comunitarias y basados en el reglamento de CTC, el tipo de organización que se empleará para parroquia Puela es de CTC, mismo que ofrecerá servicios de operación y transporte teniendo como expectativa el satisfacer las necesidades de la comunidad y de los turistas que utilizarán el producto turístico *Adventure Puela*.

Tabla 59. Marco legal requerido para el producto turístico.

Ley	Artículo	Aporte
Constitución de la República del Ecuador	3,14,71,74,238,26,276,383,400,404,405,406	Aporta en el desarrollo justo y equilibrado del territorio, así como la defensa del patrimonio cultural y natural, las competencias de los gobiernos parroquiales ejercerán actividades productivas comunitarias entre ellas el turismo para la preservación de la biodiversidad y el medio ambiente, garantizando el mejoramiento de la calidad de vida de la población a través de las potencialidades territoriales.
Código orgánico de Organización territorial y autonomía descentralización COOTDAD	61, 65.	Aporta al conocimiento de las funciones y competencias exclusivas de los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales.
Ley de Economía Popular y solidaria	2, 4,15	Aporta en la creación de organizaciones comunitarias que beneficien económicamente a la población, tiene distintas formas de organización: el sector comunitario. En el Reglamento de CTC se promueve el desarrollo local, justo, equitativo, sostenible y responsable, cuya meta es prestar servicios relacionados con el turismo mejorando las condiciones de vida de las comunidades.
Ley de turismo.	2, 4, 5, 8, 10	Aporta en la definición del turismo y los objetivos de la política estatal del sector turístico, además definen como actividades turísticas a los servicios de alimentación, alimentos y bebidas, transporte, operación y agencias de viajes, ya que para poder prestar los servicios turísticos se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento.
Reglamento general de actividades turísticas del Ecuador	141,142,149	Aporta que todos los prestadores de servicios turísticos deben tener el registro y obtener la licencia anual de funcionamiento, para lo cual se debe cumplir los siguientes documentos; copia certificada de la escritura, nombramiento del representante legal, Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, RUC
Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario	4, 6, 8.	Aporta a reconocer las actividades que podrán realizar los CTC, los mismos serán desarrollados exclusivamente dentro de su jurisdicción, y el Ministerio de Turismo promueve y fomenta el desarrollo de los CTC, para lo cual indica los requisitos para el registro de turismo.

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Requisitos para formar la organización

Los requisitos para formar la organización de CTC dirigidos por el MINTUR se presentan a continuación:

Tabla 60. Requisitos para formar la organización.

Requisitos para el registro de turismo	Inversión
Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.	2.50
Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad.	30.00
Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.	50.00
Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.	300.00
Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.	115.00
Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.	5.00
Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro. Expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.	200.00
Total	702.50

Nota: Investigación de campo, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

c. Requisitos para el funcionamiento

Tabla 61. Requisitos para el funcionamiento

Requisitos para el funcionamiento de turismo	Gasto anual
Permisos de LUAF	95.00
Solicitud para permiso de funcionamiento	1.50
Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio	5.00
Copias de la Cédula y Certificado de Votación	1.50
Copia del RUC del establecimiento.	1.00
Total	104.00

Nota: Investigación de campo, 2018.

Elaborado por: Andrea Logroño

3. Requerimientos para el área administrativa

a. Talento humano para el área administrativa

Tabla 62. Requerimientos de talento humano

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Gerente	1	Persona	900	13,756.50
Secretario/o - contador/a	1	Persona	600	9,171.00
Total de gasto en talento humano				22,927.50

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Activos fijos

Tabla 63. Activos fijos

Bienes muebles				
Maquinaria y equipos				
Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Teléfono	1	Teléfono	40	40.00
Calculadora	1	Calculadora	20	20.00
Subtotal				60.00
Equipos de computación				
Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Computadora	2	Computadora	700	1,400.00
Impresora	1	Impresora	200	200.00
Subtotal				1,600.00
Muebles y enseres				
Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Escritorio	2	Escritorios	200	400.00
Sillas	2	Sillas	80	160.00
Archivadores	2	Archivadores	70	140.00
Dispensador de agua	1	dispensador	20	20.00
Subtotal				720.00
Inversión de bienes inmuebles				
Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Terreno	150	m2	25	3,750.00
Construcciones	150	m2	150	22,500.00
Subtotal				26,250.00
Total de inversión de activos fijos				28,630.00

Elaborado por: Andrea Logroño

c. Activos diferidos

Tabla 64. 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	500	500.00
Total de inversiones de activos diferidos				3,000.00

Elaborado por: Andrea Logroño

d. Permisos de funcionamiento

Tabla 65. Permisos de funcionamiento

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Requisitos para formar la organización	1	Requisitos para formar la organización	702.50	702.50
Requisitos para el funcionamiento	1	Requisitos para el funcionamiento	104.00	104.00
Total de gastos de permisos de funcionamiento				806.50

Elaborado por: Andrea Logroño

e. Otros

Tabla 66. Otros

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Materiales de limpieza	1	Materiales de limpieza	150	100.00
Servicios básicas	12	Servicios básicos	120	1,140.00
Materiales de oficina	12	Materiales	30	360.00
Mantenimiento equipos	12	Servicio	40	480.00
Total de gastos de otros				2,430.00

Elaborado por: Andrea Logroño

4. Estructura organizativa

La estructura organizacional del producto turístico se compone de tres niveles definidos de la siguiente manera:

Nivel directivo: conformado por la junta parroquial de Puela y sus comunidades.

Nivel ejecutivo: conformado por la directiva y la asesoría técnica

Nivel operativo: conformado por las áreas: comercial, productiva y administrativa.

a. Organigrama estructural

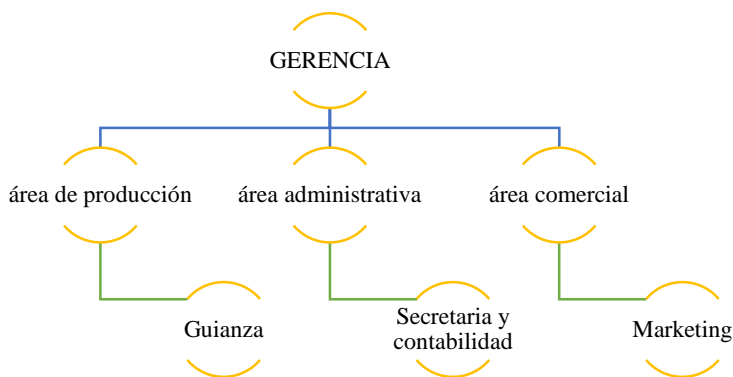


Gráfico 25. Organigrama estructural

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Organigrama funcional

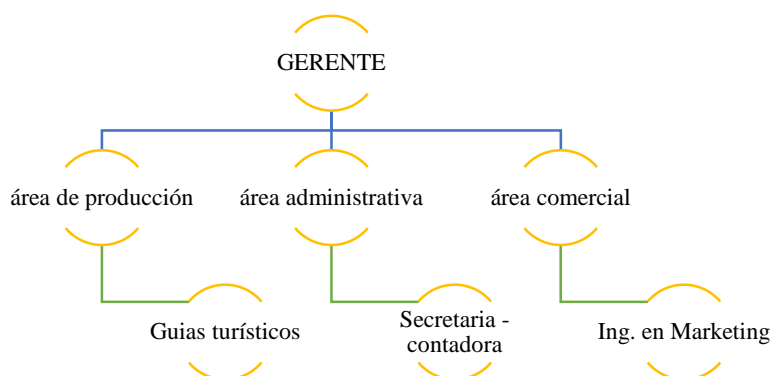


Gráfico 26. Organigrama funcional

Elaborado por: Andrea Logroño

5. Manual de cargos y funciones

Tabla 67. Manual de cargos y funciones.

Cargo	Funciones	Perfil
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Presidir las Juntas tanto ordinarias como extraordinaria. • Representar a la comunidad en los ámbitos turísticos, productivos y de medioambiente. • Revisar los gastos y presupuestos. 	Género: Masculino/femenino Edad: de 35 a 45 años Experiencia: 5 años.
Guia turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Demostrar profesionalismo y seriedad en el trabajo • Distribuir el tiempo entre los diferentes puntos de parada. • Encargarse de velar por la seguridad de los turistas. • Liderar la guianza de grupos. • Realizar guías interpretativas • Supervisar los equipos y materiales para el tour. 	Género: Masculino/femenino Edad: de 20 a 40 años Experiencia: 1-2 años Título: Tecnología o Ingeniero/a en turismo, ecoturismo.
Secretaria - contadora	<ul style="list-style-type: none"> • Archivar comprobantes de ingreso y egreso. • Emitir informes contables y administrativos al gerente. • Expedir facturas • Llevar el informe de cuentas, estado de situación inicial, diario general, diario mayor, estado y análisis financieros con orden y responsabilidad. • Responsabilidad en las actividades económicas. 	Género: Masculino/femenino Edad: de 25 a 35 años Experiencia: 5 años Título: Tecnología o Ingeniero/a en contabilidad.
Ing. en Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar conjuntamente con el contador y gerente sobre las actividades de difusión turística. • Determinar estrategias de comercialización • Ofertar los paquetes turísticos. • Realizar estrategias con agencias de viajes y operadoras de turismo. • Realizar la promoción y publicidad de los productos turísticos conjuntamente con el gerente y contador. 	Género: Masculino/femenino Edad: de 20 a 40 años Experiencia: 1-2 años Título: Ingeniero/a en marketing

Elaborado por: Andrea Logroño

D. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

1. Evaluación económica

a. Inversión

Tabla 68. Inversión

Denominacion	Inversion
Activos fijos	94,635.00
Terrenos	23925.00
Construcciones y edificaciones	50550.00
Maquinarias y equipos	14700.00
Equipos de computos	3280.00
Muebles y enseres	2180.00
Vehículos	0.00
Activos diferidos	17721.67
Constitucion de la empresa	806.50
Capacitaciones	500.00
Estudio de factibilidad	2,500.00
Promocion y publicidad	1,800.00
Gastos financieros	12,115.17
Capital de trabajo	34,195.57
Mano de obra directa	9,935.25
Mano de obra indirecta	2812.44
Sueldos y salarios	18724.125
Materias primas e insumos	58.75
Mantenimiento	1665
Contingencias	1000
TOTAL	146,552.23

Elaborado por: Andrea Logroño

b. Fuentes de financiamiento

Tabla 69. Fuentes de financiamiento

Denominación	Inversión	Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	94,635.00	36,414.36	110,137.88
Terrenos	23925.00		23925
Construcciones y edificaciones	50550.00		50550
Maquinarias y equipos	14700.00		14700
Equipos de computo	3280.00	3280	
Muebles y enseres	2180.00		2180
Vehículos	0.00	0	
Activos diferidos	17721.67		
Constitución de la empresa	806.50	807	
Capacitaciones	500.00	500	
Estudio de factibilidad	2,500.00	2500	
Promoción y publicidad	1,800.00	1800	
Gastos financieros	12,115.17	12115	
Capital de trabajo	34,195.57		
Mano de obra directa	9,935.25	9935	
Mano de obra indirecta	2812.44	2812	

Sueldos y salarios	18724.125		18724
Materias primas e insumos	58.75		59
Mantenimiento	1665	1665	
Contingencias	1000	1000	
TOTAL	146,552.23	36414.36	110137.88

Elaborado por: Andrea Logroño

c. Pago de la deuda

Monto \$ 200559.75

Interés 11%

Tiempo 5 años

Tabla 70. Pago de la deuda

Año	Préstamo capital	Capital a pagarse	Saldo	Interes	Cuota
2018	\$110,137.88	\$ 22,027.58	\$ 88,110.30	\$12,115.17	\$ 34,142.74
2019	\$ 88,110.30	\$ 22,027.58	\$ 66,082.73	\$9,692.13	\$ 31,719.71
2020	\$ 66,082.73	\$ 22,027.58	\$ 44,055.15	\$7,269.10	\$ 29,296.67
2021	\$ 44,055.15	\$ 22,027.58	\$ 22,027.58	\$4,846.07	\$ 26,873.64
2022	\$ 22,027.58	\$ 22,027.58		\$2,423.03	\$ 24,450.61
2023		\$ 22,027.58	-\$ 22,027.58		\$ 22,027.58
TOTAL				36345.50	146483.37

Elaborado por: Andrea Logroño

d. Depreciación de activos fijos

Tabla 71. Depreciación de activos fijos

Denominación	Valor Bien	Depreciación Por Ley	Depreciación Anual	Depreciación En El Proyecto(5años)	Valor De Salvamento
Terrenos	23,925.00				
Construcciones y edificaciones	50,550.00	20	2,527.50	12,637.50	37,912.50
Maquinarias y equipos	14,700.00	10	1,470.00	7,350.00	7,350.00
Equipos de computos	3,280.00	2	1,640.00	8,200.00	
Muebles y enseres	2,180.00	10	218.00	1,090.00	1,090.00
Total	94,635.00	47	5,855.50	29,277.50	46,352.50

Elaborado por: Andrea Logroño

Depreciación acumulada	5856	11711	17567	23422
-------------------------------	------	-------	-------	-------

e. Amortización de activos diferidos

Tabla 72. Amortización de activos diferidos

2018	2019	2020	2021	2021	2022
17722	3544	3544	3544	3544	3544

Elaborado por: Andrea Logroño

f. Estructura de costos y gastos

Tabla 73. Estructura de costos y gastos

Denominación	Año					
	1	2	3	4	5	6
Costos de producción	25612.88	26022.69	26862.07	28172.19	30018.95	31986.77
Mano de obra directa	19870.50	20188.43	20839.63	21856.02	23288.73	24815.37
Mano de obra indirecta	5624.88	5714.88	5899.22	6186.93	6592.50	7024.66

Materias primas/materiales e insumos	117.50	119.38	123.23	129.24	137.71	146.74
Gastos administrativa	31255.25	31661.65	32494.05	33793.27	35624.66	37576.10
Sueldos y salarios	22163.25	22517.86	23244.20	24377.87	25975.90	27678.68
Servicios básicos	1,440.00	1463.04	1510.23	1583.89	1687.72	1798.35
Materiales de oficina	360.00	365.76	377.56	395.97	421.93	449.59
Permisos	806.50	819.40	845.83	887.09	945.24	1007.20
Materiales de limpieza	150.00	152.40	157.32	164.99	175.80	187.33
Mantenimiento	480.00	487.68	503.41	527.96	562.57	599.45
Depreciaciones	5855.50	5855.50	5855.50	5855.50	5855.50	5855.50
Gastos en ventas	15585.00	15834.36	16345.11	17142.30	18266.02	19463.40
Sueldos y salarios	15285.00	15529.56	16030.48	16812.32	17914.41	19088.74
Promoción y publicidad	300.00	304.80	314.63	329.98	351.61	374.66
Gastos financieros		9692	7269.10	4846.07	2423.03	24450.61

Elaborado por: Andrea Logroño

g. Presupuesto de ingresos

Tabla 74. Presupuesto de ingresos

Denominación	AÑO					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Paquete 1	1216	1277	1408	1630	1981	2528
Precio	\$48.84	\$48.84	\$48.84	\$48.84	\$48.84	\$48.84
Subtotal	59389.44	62358.91	68750.70	79587.53	96739.14	123466.38
Paquete 2	1216	1277	1408	1630	1981	2528
Precio	\$56.76	\$56.76	\$56.76	\$56.76	\$56.76	\$56.76
Subtotal	69020.16	72471.17	79899.46	92493.62	112426.57	143487.96
TOTAL	128409.60	134830.08	148650.16	172081.15	209165.71	266954.34

Elaborado por: Andrea Logroño

h. Estado de resultados

Tabla 75. Estado de resultados

DENOMINACIÓN	AÑO					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	128409.60	134830.08	148650.16	172081.15	209165.71	266954.34
Costos de producción	25612.88	26022.69	26862.07	28172.19	30018.95	31986.77
Unidad bruta	102796.72	108807.39	121788.09	143908.95	179146.76	234967.57
Gastos administrativos	31255.25	31661.65	32494.05	33793.27	35624.66	37576.10
Gastos de ventas	15585.00	15834.36	16345.11	17142.30	18266.02	19463.40
Unidad operativa	55956.47	61311.39	72948.93	92973.39	125256.08	177928.07
Gastos financieros	0	9692	7269	4846	2423	24451
Utilidad antes de impuestos y repartición de beneficios	55956.47	51619.25	65679.83	88127.32	122833.05	153477.46
Impuestos	6714.78	6194.31	7881.58	10575.28	14739.97	18417.30
Utilidad antes de repartición de utilidades	49241.69	45424.94	57798.25	77552.04	108093.08	135060.17
Repartición de utilidades	7386.25	6813.74	8669.74	11632.81	16213.96	20259.03
Utilidad neta	41855.44	38611.20	49128.51	65919.24	91879.12	114801.14

Elaborado por: Andrea Logroño

i. Flujo de caja

Tabla 76. Flujo de caja

DENOMINACION	0	1	2	3	4	5
Inversión	146552.23					
Valor de salvamento						46353
Capital de trabajo						34195.57

Utilidad neta		41855.44	38611.20	49128.51	65919.24	91879.12
Depreciación		5856	5856	5856	5856	5856
Flujo de caja	-146552.2	47710.94	44466.70	54984.01	71774.74	178282.69
Factor de la actualización	1	0.98	0.97	0.95	0.94	0.92
Flujo de caja actualizado	-146552.23	46959.6	43077.2	52427.0	67359.2	164679.9
	Sumatoria		90036.8	142463.8	209823.0	374502.9

Elaborado por: Andrea Logroño

2. Evaluación financiera

Tabla 77. Evaluación financiera

PRC	Se recupera al 5to año
RBC	2.56
VAN	\$ 176,623.84
TIR	34%

Elaborado por: Andrea Logroño

Análisis:

La inversión del proyecto es de \$146,552.23 USD resultado de la suma de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo de lo cual el 25% son recursos propios y 75% es préstamo; los ingresos se obtendrán por concepto de la venta de los paquetes turísticos, representados en \$128409.60 dólares; y la utilidad neta en el 1er año asciende a \$41855.44. Por esta razón, los ratios financieros demuestran que la TIR es de 34%, el VAN es de \$ 176,623.84, RBC es de \$2.56 USD y PRC es al 5to año.

VIII. CONCLUSIONES

A. La parroquia Puela se conoció que el estado actual del territorio en cuanto al componente biofísico – ambiental presenta el 41.65% de bosque natural; por otra parte el componente socio – cultural revela que se encuentra constituida por 4 comunidades; en el componente asentamientos humanos existen 100 habitantes aproximadamente; en el componente movilidad, energía y conectividad existen medios de transporte con 2 rutas, existiendo vías asfaltadas de primer orden; finalmente en el componente político institucional se tiene que la parroquia tiene apoyo de varias instituciones públicas y privadas para su desarrollo territorial.

B. La oferta turística esta representada por 9 atractivos, 100% naturales de jerarquía I y II. El análisis de la demanda reveló que el 97.32% de turistas nacionales y el 97.92% de extranjeros presentan predisposición para visitar la parroquia, con el fin de realizar actividades de senderismo, fotografía, observación de flora y fauna, deportes de aventura, entre otras; en este sentido se pretende captar el 30% de la demanda insatisfecha, teniendo una demanda objetiva de 4970 turistas anuales.

C. Se diseñó el producto turístico *Adventure Puela*, compuesto por dos paquetes turísticos en función a las potencialidades 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. Los paquetes tienen la duración de 1 día a un precio de \$48.84 el paquete Puela aventura total y el paquete Puela descanso a plenitud a un precio de \$56.76 que incluyen todos los servicios expuestos en los paquetes.

D. El tipo de organización que se empleará para parroquia Puela es de Centro de Turismo Comunitario. Finalmente, para la ejecución del presente proyecto se requiere una inversión de \$146,552.23 y los ratios financieros demuestran que la TIR es de 34%, el VAN es de \$176,623.84, RBC es de \$2.56 USD y PRC es al 5to año, por esta razón el producto turístico es viable.

IX. RECOMENDACIONES

- A.** Los componentes del territorio de la parroquia Puela se deben fortalecer a través del trabajo conjunto entre los niveles de gobierno con el fin de dar cumplimiento a las competencias exclusivas, para mejorar la calidad de vida de la población y la competitividad sistémica del territorio rural siempre trabajando desde lo local hacia lo global
- B.** Se deben investigar continuamente las nuevas tendencias del mercado, con el fin de conocer más a fondo a los clientes, es decir: gustos, preferencias y necesidades; de esta manera se pueden formular productos turísticos de carácter innovador.
- C.** Se recomienda buscar alianzas estratégicas a nivel público, privado y comunitario, con el fin de difundir el producto turístico *Adventure Puela*.
- D.** Resulta importante buscar fuentes de financiamiento entre organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para la ejecución del proyecto turístico.

X. RESUMEN

La presente investigación plantea: diseñar un producto turístico para la parroquia Puela en el cantón Penipe, provincia de Chimborazo; con el fin de generar beneficios para la economía local. En validación del potencial turístico se determinó la existencia de 9 atractivos naturales de jerarquía I y II respectivamente, el análisis de la demanda turística indica que el 97.32% de turistas nacionales y el 97.92% de extranjeros presentan predisposición para visitar la parroquia, donde se pretende captar el 30% de la demanda insatisfecha. Se diseñó el producto turístico *Adventure Puela* conformado por dos paquetes turísticos Puela aventura total y Puela descanso a plenitud que incluyen actividades de senderismo, fotografía, observación de flora y fauna, deportes de aventura, entre otras. El mismo será difundido por medios publicitarios como página web a través del internet, redes sociales, tarjetas de presentación y volantes. En la viabilidad ambiental no se causa impactos negativos en magnitud. El producto se constituirá como un Centro de Turismo Comunitario. Finalmente, la viabilidad económica financiera del proyecto presenta una inversión de \$ 146,552.23 y los ratios financieros demuestran que la TIR es de 34%, el VAN es de \$ 176,623.84, RBC es de \$2.56 USD y PRC es al 5to año, por esta razón el producto turístico es viable. Se concluye que el diseño del producto turístico para la parroquia Puela se convierte en una alternativa de desarrollo local que contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población y a la prestación de servicios turísticos.

Palabras claves: PRODUCTO TURÍSTICO - ACTIVIDADES TURÍSTICAS - ATRACTIVOS NATURALES - DEMANDA TURÍSTICA



XI. SUMMARY

The present study pretends to design a tourist product in a parish called Puela, located in Penipe, province of Chimborazo with the aim to generate benefits for the local economy. After the validation of the tourist potential, 9 natural attractions with category 1 and 2 were determined. The analysis of the tourist demand indicates that 97.32 % of local tourists and 97,92% of foreign visitors are willing to visit this place, where it is expected to cover 30% of the unsatisfied demand. The tourist product called Adventure Puela was designed and it is made up with 2 tourist packages: "Puela Aventura Total" and "Puela descanso a plenitud" that include activities like trekking, photography, flora and fauna observation, among others. This offer will be socialized via social media like websites, social network, cards and fliers. As for the environmental feasibility, there is no negative impact on it. This product will become a tourist center for the community. Finally, as regards the economic feasibility of the product, the investment is about \$ 146, 552,23 and the financial ratios show that TIR is around 34%, VAN \$176,623,84, RBC \$2,56 and the PRC until year 5. For this reason, the tourist project is feasible. It is concluded that the design of a tourist package in Puela becomes an alternative for local development as it will contribute to improve the quality of life of the population as well as the offer of tourist services.

Keywords: Tourist product, tourist activities, natural attractions, tourist demand.

XII. BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (1990). *Agencias de Viajes, organización y operación*. México: Trillas.
- Aragua, F. (2013). *Determinación de la factibilidad*. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de <http://proyectos.aragua.gob.ve/descargas/ESTUDIOFACTIBILIDADECON%C3%93MICA.pdf>
- Berganza, M., & Ruiz, J. (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de <http://dx.doi.org/10.32466/eufv-cyh.2007.3.485.127-129>
- Bernier, E. (2015). *Turismo y desarrollo regional*. Papers de Turismo. España: Málaga. 14-15, 95-102. Recuperado el 16 de junio de 2018, de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/418/353>
- Boubeta, A. (2007). *Fidelización del cliente*. Ideas propias. Lugar: SL. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1288/1/Plan_mercadeo_fidelizacion_clientes_Aliar_Comunicaciones.pdf
- Calles, J. (2014). *El turismo en Ecuador*. Recuperado el 16 de mayo de 2018, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/politica/presidente-correa-dice-que-ecuador.html>
- Carrera, C., Fabián, C., & Sánchez Fassler, S. (2016). *Evaluación de los procesos productivos mediante la identificación de los puntos críticos de control y su incidencia en la inocuidad de los productos elaborados por la empresa procesadora de alimentos La Picantina. (Tesis de grado. Ingeniero Industrial)*. Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga – Ecuador. Recuperado el 16 de mayo de 2018, de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3626/1/T-UTC-000045.pdf>
- Castillo, H. (2012). *Introducción a los recursos turísticos*. Recuperado el 18 de junio de 2018, de <http://www.um.es/aulasenior/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf>
- Chías, J. (2005). *El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. Madrid: Prentice Hall.
- Ciribeli, J., & Miquelito, S. (2015). *La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento*. *Revista científica: Visión de futuro*, Recuperado el 18 de junio de 2018, Argentina. en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357938586002>>
- Collazos, J. (2002). *El Estudio de mercado en los proyectos de inversión: Análisis de la demanda*. Primera Edición. Editorial San Marcos. Lima: Perú. 25-26. Recuperado el 20 de mayo
- Cuervo, Á., & García, A. (1994). *Introducción a la administración de empresas*. Recuperado el 22 de mayo de 2018, de http://campus.udeonline.org/cursos/lecciones/ARCHIVOS_COMUNES/VERSIONES_NO_IMP_RIMIR/GADE05/TEMA_1_COMO_ESTUDIAR.pdf
- Díaz, I., Cataluña, F., & De Castro, E. (2013). *Gestión de precios*. España: Madrid: Esic. Recuperado el 22 de mayo de 2018, De: http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524425326_2_.pdf
- Domench, P. (2003). *La divulgación de la información social y medioambiental de la gran empresa española en el período 1994–1998: situación actual y perspectivas*. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 32(117), 571-601. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <https://sci-hub.tw/10.1080/02102412.2003.10779496>

- Durban, R. (2015). *Turismo Ecuador*. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/04/27/nota/4818656/ecuador-ingreso-consejo-global-turismo-sostenible>
- Fitur. (2009). Organización Mundial del Turismo: *respuestas del turismo mundial a los nuevos retos de la economía global*. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Pág. 137-140. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_1.pdf
- Franco, N., Sánchez, J., & Vente, A. (2016). *Procedimiento para realizar la evaluación de mercado en la etapa de formulación de un proyecto*. Recuperado el 09 de junio de 2018 Colombia: Bogotá. De: https://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/3715/1/Procedimiento_realizar_evaluacion_franco_2016.pdf
- Frascara, J., & Frascara, J. (1998). *Diseño gráfico y comunicación*. Infinito. Recuperado el 13 de junio de 2018, de <http://hdl.handle.net/123456789/3547>
- Garces, F. (1994). *Desarrollo de proyectos de ecoturismo*. Guía metodológica: Inventario de atractivos turísticos. IDOM& O GRAFICAS. Ecuador: Quito. Pp. 20, Recuperado el 10 de junio de 2018 de: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39838701001.pdf>
- García, A., Ortiz, A., & Torres, V. (2010). *Proyectos de inversión*. Recuperado el 23 de junio de 2018, de <http://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/view/2040>
- García, J., & Colín, J. G. (2008). *Contabilidad de costos/ 3ra. Edición*, Editorial 35-36, Mc. Graw. México.
- Gil, S., Sosa, D., & Quintana, T. (2002). *Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: El caso de República Dominicana*. Cuadernos de turismo, (9), 67-84. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Recuperado el 24 de junio de 2018.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Puela. (2012). *Características principales de la parroquia Puela.pdot* Disponible en Recuperado el 28 de junio de 2018, de http://app.sni.gob.ec/snilink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660823260001_DIAGNOSTICO_PDYOT_2015_PARROQUIA_PUELA_24-06-2015_14-49-02.pdf
- González, M. E. (2008). *Turismo rural Ecuador*. Costa Rica: Instituto Interamericano para la Cooperación para la Agricultura (IICA). Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S018825032009000400001&script=sci_arttext&tlng=pt
- Gurría Di-Bella, M. (2000). *El Turismo rural sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo*. Presentado en la Cuarta Feria Ecoturística y de Producción, 15-23. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://amarc.redmujeres.org/biblioteca%20digital/desarrollo_turismo_rural.pdf
- Hernández, A., Villalobos, A., & Suárez, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Thomson. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://dspace.ucbscz.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/10196/1/9311.pdf>
- Herrera, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 20 de junio de 2018, de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FNtOLTYrftEC&oi=fnd&pg=PA13&dq=El+marco+o+%C3%A9tico+de+la+responsabilidad+social+empresarial.+Pontificia+Universidad+Javeriana.&ots=ykSYcLhAiH&sig=Mfu2a7WYX6c9GQ_yeMQXP2asUHA#v=onepage&q=El%20marco

%20%20C3%A9tico%20de%20la%20responsabilidad%20social%20empresarial.%20Pontificia%20Universidad%20Javeriana.&f=false

- Inostroza, G. (2018). *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina*. Gestión Turística, (10), 77-90. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://revistas.uach.cl/index.php/gestur/article/view/3485/4005>
- Jaramillo, V., Pacheco, J., Jaramillo, C., & Lastra, X. (2017). *El uso del marketing en el turismo: desarrollo del mercado de artesanías de la comuna kichwa Mandari Panga*, SIEMBRA, 3(1), 155-166. Ecuador: Orellana.
- Jiménez, D. (2009). *Análisis sectorial de turismo, características del sector ecuatoriano*. Pro Ecuador, Instituto de promoción de exportación e inversiones. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control*. Magíster en Administración-Tiempo Parcial 29, ESAN. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/403/Kotler_Direccion_de_mercadotecnia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Longenecker, J. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. Cengage Learning Editores. Recuperado el 22 de junio de 2018, de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CswjaBfXHkC&oi=fnd&pg=PT5&dq=Longenecker,+J.+\(2012\).+Administraci%C3%B3n+de+peque%C3%B1as+empresas.+&ots=YjAQKm0xuS&sig=58uU1htra-GTPz-1xEG38nS7ztQ#v=onepage&q=Longenecker%20\(2012\).%20Administraci%C3%B3n%20de%20peque%C3%B1as%20empresas.&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CswjaBfXHkC&oi=fnd&pg=PT5&dq=Longenecker,+J.+(2012).+Administraci%C3%B3n+de+peque%C3%B1as+empresas.+&ots=YjAQKm0xuS&sig=58uU1htra-GTPz-1xEG38nS7ztQ#v=onepage&q=Longenecker%20(2012).%20Administraci%C3%B3n%20de%20peque%C3%B1as%20empresas.&f=false)
- López Guzmán, T. J., & Sánchez Cañizares, S. M. (2008). *La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas*. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6(2es). Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_2.pdf
- López, G., & Maestre, M. (2005). *Análisis de la información administrativa para la toma de decisiones tácticas*. Recuperado el 30 de junio de 2018, de http://ri.bib.udo.edu.ve/bitstream/123456789/669/1/TESIS-658.403_L818a_01.pdf
- López-Guzmán Guzmán, T. J., & Sánchez Cañizares, S. M. (2009). *Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario*. Un estudio de caso en Nicaragua. Cuadernos de desarrollo rural, 6(62), 81-97. Recuperado el 2 de junio de 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v6n62/v6n62a05.pdf>
- Martínez, L (2008). *Áreas de la contabilidad*. Recuperado el 25 de junio de 2018, de www.monografias.com/trabajos33/areas-contabilidad/areas-contabilidad.shtml.
- Meiriño, R., Brea, J., Vila, N., & López, E. (2016). *Segmentación del mercado de un destino turístico de interior*. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). Recuperado el 30 de junio de 2018, España.
- Ministerio de Turismo. MINTUR. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de Atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017*. Ecuador: Quito. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MMEditores. Colombia: Bogotá. Recuperado el 01 de junio de 2018, de <http://www.sidalc.net/cgi->

bin/wxis.exe/?IsisScript=CEDAF.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=002235

- Munari, B., & Cantarell, F. (1979). *Diseño y comunicación visual*. Gustavo Gili. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de https://ggili.com.mx/media/catalog/product/9/7/9788425228667_inside.pdf
- Muñoz, A., & González, M. (2015). *Colaboración y gobernanza para el desarrollo turístico*. Aranjuez como estudio de caso. Cuadernos de Turismo, (35), 311-334. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39838701013.pdf>
- Muñoz, E. (2015). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos productivos*. 13-25, Ecuador: Riobamba.
- Muñoz, E. (2006). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos productivos relacionados con el ecoturismo*. Ecuador: Riobamba.
- Olivares, D. (2000). *Planificación territorial y comercialización turística* (Vol. 2). Publicacions de la Universitat Jaume I. Recuperado el 19 de mayo de 2018, de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BV3otdcRqF4C&oi=fnd&pg=PA9&dq=Planificaci%C3%B3n+territorial+y+comercializaci%C3%B3n+tur%C3%ADstica+\(Vol.+2\).+Publicacion+de+la+Universitat+Jaume+I.&ots=F1mVXDtD3h&sig=lk32Qgrjfq7sb49bR-khP9J6yCY#v=onepage&q=Planificaci%C3%B3n%20territorial%20y%20comercializaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20\(Vol.%202\).%20Publicacions%20de%20la%20Universitat%20Jaume%20I.&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BV3otdcRqF4C&oi=fnd&pg=PA9&dq=Planificaci%C3%B3n+territorial+y+comercializaci%C3%B3n+tur%C3%ADstica+(Vol.+2).+Publicacion+de+la+Universitat+Jaume+I.&ots=F1mVXDtD3h&sig=lk32Qgrjfq7sb49bR-khP9J6yCY#v=onepage&q=Planificaci%C3%B3n%20territorial%20y%20comercializaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20(Vol.%202).%20Publicacions%20de%20la%20Universitat%20Jaume%20I.&f=false)
- Olivos, F. (2016). *Diseño de un city tours para el incremento de visitantes en Ferreñafe*, Perú. Recuperado el 14 de junio de 2018, de <http://servicios.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/2420/TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1>
- Organización Mundial de Turismo. OMT. (2010). *Definiciones relativas a las estadísticas del turismo*. Recuperado el 19 de junio de 2018 España: Madrid. http://www.profesionalesdelturismo.cl/images/libros/manuales/Introduccion_al_Turismo.pdf
- Organización Mundial de Turismo. OMT. (1998). *Concepto de producto turístico*. Panorama OMT del Turismo Internacional. España: Madrid. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://www.profesionalesdelturismo.cl/images/libros/manuales/Introduccion_al_Turismo.pdf
- Ortiz, G., De Castro, M., De la Cuétara, J., & Ezcurra, J. (2004). *Principios de derecho público económico*. ARA Editores. Recuperado el 29 de junio de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/40943082_Principios_de_derecho_publico_economico_modelo_de_Estado_gestion_publica_regulacion_economica
- Padilla, M. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones. Recuperado el 22 de junio de 2018, de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1drDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Padilla,+M.\(2016\).+Formulaci%C3%B3n+y+evaluaci%C3%B3n+de+proyectos.+Ecoe+Ediciones.+&ots=7jIXrxFOFf&sig=ajE08Qxy1sos8WGjtiXipc6dbBk#v=onepage&q=Padilla%2C%20M.%20\(2016\).%20Formulaci%C3%B3n%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20proyectos.%20Ecoe%20Ediciones.&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1drDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=Padilla,+M.(2016).+Formulaci%C3%B3n+y+evaluaci%C3%B3n+de+proyectos.+Ecoe+Ediciones.+&ots=7jIXrxFOFf&sig=ajE08Qxy1sos8WGjtiXipc6dbBk#v=onepage&q=Padilla%2C%20M.%20(2016).%20Formulaci%C3%B3n%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20proyectos.%20Ecoe%20Ediciones.&f=false)
- Panesso, A., & Damarco, E. (2012). *Diseño de un plan estratégico de marketing para la empresa Diego Panesso Catering* (Doctoral dissertation, Universidad Tecnológica de Pereira. Facultad de Ingeniería Eléctrica. Facultad de Ingeniería Industrial). Recuperado el 22 de junio de 2018, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/49872737/ejemplo_de_plan_de_marketing_estrategico.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1540172033&Signature=jZSpkTXQacSS5iI3z8xTRW%2Fy0gA%3D&response-content-

disposition=inline%3B%20filename%3DDISENO_DE_UN_PLAN ESTRATEGICO_DE_MAR
RKETI.pdf

- Perdigueru, T. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial* (Vol. 52). Universitat de Valencia. Recuperado el 11 de junio de 2018, de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aUJcjh0o-v8C&oi=fnd&pg=PA9&dq=La+responsabilidad+social+de+las+empresas+y+los+nuevos+desaf%C3%ADos+de+la+gesti%C3%B3n+empresarial+\(Vol.+52\).+Universitat+de+Val%C3%A8ncia.&ots=ws-GcIZk0G&sig=uSwx74rldkX6BF_k8tV_YG6sbMM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aUJcjh0o-v8C&oi=fnd&pg=PA9&dq=La+responsabilidad+social+de+las+empresas+y+los+nuevos+desaf%C3%ADos+de+la+gesti%C3%B3n+empresarial+(Vol.+52).+Universitat+de+Val%C3%A8ncia.&ots=ws-GcIZk0G&sig=uSwx74rldkX6BF_k8tV_YG6sbMM#v=onepage&q&f=false)
- Pérez, J. (2017). *La responsabilidad social corporativa en turismo*. Estado de la cuestión. ARA: Revista de Investigación en Turismo, 5(1), 63-80. Recuperado el 02 de junio de 2018, de <http://revistes.ub.edu/index.php/ara/article/view/19060>
- Perona, E., Molina, E., García, L. A., Pussetto, L., & Freites, D. (2016). *Impacto económico y social del turismo en la provincia de Córdoba*. Una comparación con el caso de La Rioja. Oikonomos, 1. Recuperado el 23 de junio de 2018, de <https://revistaelectronica.unlar.edu.ar/index.php/oikonomos/article/viewFile/77/76>
- Portales, D (2011). *Etapas del estudio técnico*. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Ramírez, C. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://www.guso.com.mx/gcr/buap/2016otono/FORMULACION%20Y%20EVALUACION%20DE%20PROYECTOS%20OTONO%202016.pdf>
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson educación. Recuperado el 11 de junio de 2018, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44496870/Comportamiento_Organizacional_13_edicion__JPR504.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1540172297&Signature=HKAhfFuGO2HEh42I%2FekKg%2Bxm7D4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DComportamiento_Organizacional_13_edicion.pdf
- Rodríguez, C. R. (1983). *El desarrollo del turismo en el mundo*. Letra con filo. Cuba: La Habana: Ed: Política. Recuperado el 01 de junio de 2018, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005
- Rojo, I. (2014). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Ediciones Pirámide. Recuperado el 15 de junio de 2018, de <https://www.casadellibro.com/ebook-direccion-y-gestion-de-empresas-del-sector-turistico-ebook/9788436831948/2347241>
- Rosales, P. (2005). *Estudio técnico*. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA01/BLOQUEACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Roura, H., & Cepeda, H. (1999). *Manual de identificación, formulación y evaluación de proyectos de desarrollo rural*. CEPAL. Recuperado el 24 de junio de 2018, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5557/S9911908_es.pdf?sequence=1
- Salcedo, F. (2008). *La marca*. Recuperado el 12 de junio de 2018, de www.monografias.com/trabajos58/marca/marca.shtml
- Salcedo, R. (2016). *El planeamiento tributario y su efecto en la situación financiera de la Empresa de Transporte Turismo Erick El Rojo SA*, distrito de Trujillo, período 2015. Recuperado el 09 de junio de 2018, de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5122/ciudadfasanando_sharon.pdf?sequence=1

- Samper, M. (2016). *Introducción al proceso de gestión del desarrollo de los territorios rurales y de los sistemas territoriales de agricultura familiar*, Costa Rica: San José. Recuperado el 22 de junio de 2018, de http://portalsiget.net/ArchivosSIGET/publicaciones/Archivos/2022017_FASCICULOINTROGS_PTRW.pdf
- Sánchez, A., & García, F. (2003). *El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios? Cuadernos de turismo*, (11), 97-106. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://repositorio.upct.es/xmlui/bitstream/handle/10317/1175/tcs.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santana, A. (1997). *Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas*. *Reis*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 223-225. Recuperado el 10 de junio de 2018, de <https://scihub.tw/10.2307/40184360>
- Sierra, M. (1999). *Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador continental*. Proyecto Inefan/Gef-Birf y Ecociencia. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=US201300041635>
- Thompson, I (2012). *Definición de marca*. Recuperado el 03 de junio de 2018, de www.promonegocios.net/mercadotecnia/marca-definicion.html.
- Tierra, P. (2006). *Estudio de factibilidad para la Implementación de un circuito turístico de aventura de las parroquias Veracruz, Pomona, Tarqui del cantón Pastaza, provincia de Pastaza*. Recuperado el 11 de mayo de 2018, de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/3610/1/23T0424%20PADILLA%20ESTEFANIA.pdf>
- Torres, A. (2010). *Provincias populares e identidades colectivas*. Recuperado el 24 de junio de 2018, de http://www.crespial.org/new/public_files/pci-ecuador.pdf
- Valencia, J. (2005). *Manual de turismo sostenible: atractivos naturales y culturales*. Recuperado el 25 de junio de 2018, de www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0513920.pdf
- Villarreal, L., & Landeta, J. (2010). *El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa*. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 16(3). Recuperado el 23 de junio de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3304962>
- Wilson, M. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados* (Vol. 147). Convenio Andrés Bello. Recuperado el 22 de junio de 2018, de <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/klk.pdf>

XIII. ANEXOS

Anexo 1. Fichas de Evaluación y Jerarquización de Atractivos (MINTUR, 2017).

Cascada Ojo del Fantasma

Tabla 78. Cascada Ojo del Fantasma

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	9	5	3	A	N	0	8	0	6	0	0	0	0	3
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASCADA OJO DEL FANTASMA																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				FENÓMENOS_GEOLÓGICOS				QUEBRADA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
CHIMBORAZO				PENIPE				PUELA									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
N/A				N/A				N/A									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
CHOCHAL				CENTRO POBLADO DE PUELA													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales)				2.11 Altura (msnm)									
782298				9832937				2,561									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1. Clima				3.2 Temperatura(°C)				10- 12		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)			750 - 1000				
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (u)				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)		3		4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)		0		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)			0						
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$		0		b. Hasta \$			0						
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo		<input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico			<input type="checkbox"/>						
				c. Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito			<input type="checkbox"/>						
				e. Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		f. Cheque			<input type="checkbox"/>						
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso:		0:00		b. Hora de Salida:			0:00						
4.1.5 Atención (u):				a. Todos los días		3		c. Fines de Semana y Feriados			0						
				b. Sólo días hábiles		0		d. Otro.			0 Especifique:						
Observaciones: El ingreso al atractivo es libre, se puede acceder en cualquier momento del día																	
4.2 Temporalidad (M)																	
SI <input type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
a. Alta (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:		julio-octubre											
b. Baja (meses)		<input type="checkbox"/>		Especifique:		noviembre-junio											
Observaciones: Debido a la falta de promoción turística, la afluencia al atractivo es baja																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).																	
SI <input type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									

b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
k. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:								
El servicio de buses es permanente y diaria hasta el poblado más cercano, luego se realiza una caminata hacia el atractivo, también Observaciones: se puede transportar en vehículo propio.								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>				
6.1 Planta Turística (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>				
a. Alojamiento	0	Establecimientos 0	Habitaciones: 0	Plazas: 0	0			
b. Alimentos y Bebidas	0	Establecimientos 0	Mesas: 0	Plazas: 0	0			
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos 0	Registrados:					
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:						
f. Guianza	0	Especifique:						
g. Otros	0	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>				
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado <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"/>
	Centro de interpretación <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Miradores <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"/>

	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>			78 22 99	98 32 933	<input checked="" 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"/>
	Áreas de Acampar	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Puentes de acceso a senderos	<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"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardiania	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<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"/>
e. Otros	Especifique:								
Observaciones:	Para acceder al atractivo existe un sendero delimitado por el cual se debe seguir aproximadamente 1 hora.								
6.3 Complementarios (M)									
			SI	0	NO		S/I		
b. Alquiler y venta de equipo	c. Venta de artesanías y a. Casa de cambio especializado	merchandising	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	
f. Cajero automático	e. Taxis		<input type="checkbox"/>		h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:									

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (u)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>

a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones: El atractivo se encuentra conservado							
7.1.1 Factores de deterioro (M)							
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividadesb. AgrícolasGanaderasForestales	<input type="checkbox"/>	Actividadesc.	<input type="checkbox"/>	Actividadesd.	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividadese. / MineríaIndustrialesAbandono	<input type="checkbox"/>	Actividadesf.	<input type="checkbox"/>	Negligencia / Extractivas	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	h. tenenciauso y exposición	<input type="checkbox"/>	Conflicto Condiciones de g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	dei.	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulok. mantenimiento del	<input type="checkbox"/>	Contaminaciónl. Ambienteresiduos	<input type="checkbox"/>	Generación de	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	Expansiónn. urbana/ SocialIndustrial /	<input type="checkbox"/>	Conflicto	<input type="checkbox"/>	Políticoo. Desarrollo	m. <input type="checkbox"/>

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO	S/I
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:				
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	NO	S/I
a. Conservado	4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro
				0
d. Deteriorado				
Observaciones:				
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	NO	S/I
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)		
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas
				c. Actividades Forestales
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Minerales	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales
				f. Abandono
c. Desastres Naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	i. y exposición
				j. Conflictos de Condiciones
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	k. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	l. Contaminación de Ambientes
				m. Residuos
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Expansión urbana/ Social	<input type="checkbox"/>	o. Conflictos Políticos.
				p. Desarrollo
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:				
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural SINOS/I que lo rodea		SI	NO	S/I
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	2	NO	S/I
Observaciones:				
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	NO	S/I
b. Fecha de a. Denominación: declaración:	0	c. Alcance:		
Observaciones: La cascada el Ojo del Fantasma no ha sido declarada como atractivo, espacio o destino turístico.				
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	NO	S/I
7.5.1 Geológicas (M)		7.5.2 Meteorológicas (M)		
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes		
b. Erupciones volcánicas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Deslizamientos		
c. Movimientos en masadeslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas		
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones: La cascada el Ojo del Fantasma se encuentra ubicado cerca del Volcán Tungurahua				

8.1 Agua (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable <input type="checkbox"/>	b. Pozo <input type="checkbox"/>	c. Tanquero <input type="checkbox"/>				
e. Río, vertiente, acequia o d. Entubada f. Lluvia canal <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>
g. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: El servicio de agua potable existe en el poblado mas cercano.						
8.2 Energía Eléctrica (M)	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de <input type="checkbox"/>	b. Panel Solarc. Generador de <input type="checkbox"/>	corriente eléctrica <input type="checkbox"/>				
Servicio Público:						
d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:						
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
d. Con descarga <input type="checkbox"/>	directa al <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
a. Red Pública <input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciegoc. Pozo Séptico <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
mar, río o quebrada <input type="checkbox"/>	e. Letrina <input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:						
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	0	NOS/I	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de <input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
b. Carro Recolector <input type="checkbox"/>	d. Quema de basura <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
desechos (SR) <input type="checkbox"/>	e. Basura arrojada al río, <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
acequia o canal <input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada g. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:				<input type="checkbox"/>
Dentro de la parroquia, la recolección de basura se realiza por el recolector, en los poblados rurales, se la deposita en terrenos baldíos o quebradas y en el mejor de los casos, se la quema. Observaciones: badios o quebradas y en el mejor de los casos, se la quema.						
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico <input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín <input type="checkbox"/>			
Observaciones: Puesto de salud El Altar						
8.6 Seguridad (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
c. Policía Metropolitana / <input type="checkbox"/>	a. Privada b. Policía Nacional Municipal <input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
d. Otra <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:						
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (u):	SI	5	NO	<input type="checkbox"/>		
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (u):	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>		
9.3. Nombre del Administrador:	Gobierno Parroquial Rural de Puela					
9.4. Tipo de Administrador (u)						

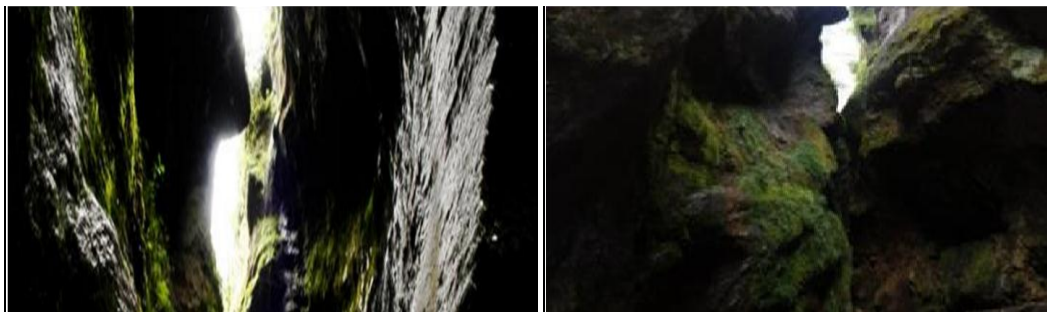
a. Público <input checked="" type="checkbox"/> b. Privado <input type="checkbox"/> c. Comunitario <input type="checkbox"/> d. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:			
9.5. Contacto			
a. Nombre: Paul Erazo		b. Teléfono/Celular: 0988056621	
c. Correo Electrónico: erazopaul@gmail.com		d. Página WEB: http://puela.gob.ec/index.php/turismo	
Observaciones:			
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1.1 En el Agua (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar / lacustre <input type="checkbox"/>	
		c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	

d. Kite Surf <input type="checkbox"/>		e. Rafting <input type="checkbox"/>		f. Snorkel <input type="checkbox"/>	
g. Surf <input type="checkbox"/>		h. Tubing <input type="checkbox"/>		i. Regata <input type="checkbox"/>	
j. Paseo en Panga / Bote l. Banana / Inflables Lancha/ Parasailing / Esquí		/k. Paseo en Moto Acuática <input type="checkbox"/>			
m. Pesca Deportiva <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:	
Observaciones:					
10.1.2 En el Aire (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>		c. Parapente <input type="checkbox"/>	
		d. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:	
Observaciones:					
10.1.3 En Superficie Terrestre (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>		c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>		e. Canyoning <input type="checkbox"/>		f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	
g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>		i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>	
l. Observación de flora y j. Campingk. Picnic fauna		<input checked="" type="checkbox"/>			
m. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:	
Observaciones:					
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
10.2.1 Tangibles (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>					
a. Recorridos Guiados / Autoguiados		b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y		c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	
d. Presentaciones <input type="checkbox"/>		e. Muestras Audiovisuales		f. Actividades Vivenciales y/o	
Representaciones en vivo				Lúdicas	
g. Fotografía <input type="checkbox"/>		h. Información del lugar <input type="checkbox"/>		i. Visita a Talleres <input type="checkbox"/>	
j. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique:			

Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo:	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI		0		NO	<input checked="" type="checkbox"/>	
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del							
Evento:	SI		0		NO	<input checked="" type="checkbox"/>	
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	0	b. Regular	0	c. Malo	0	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL SINOS/I ATRACTIVO							
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	http://puela.gob.ec/index.php/turismo				

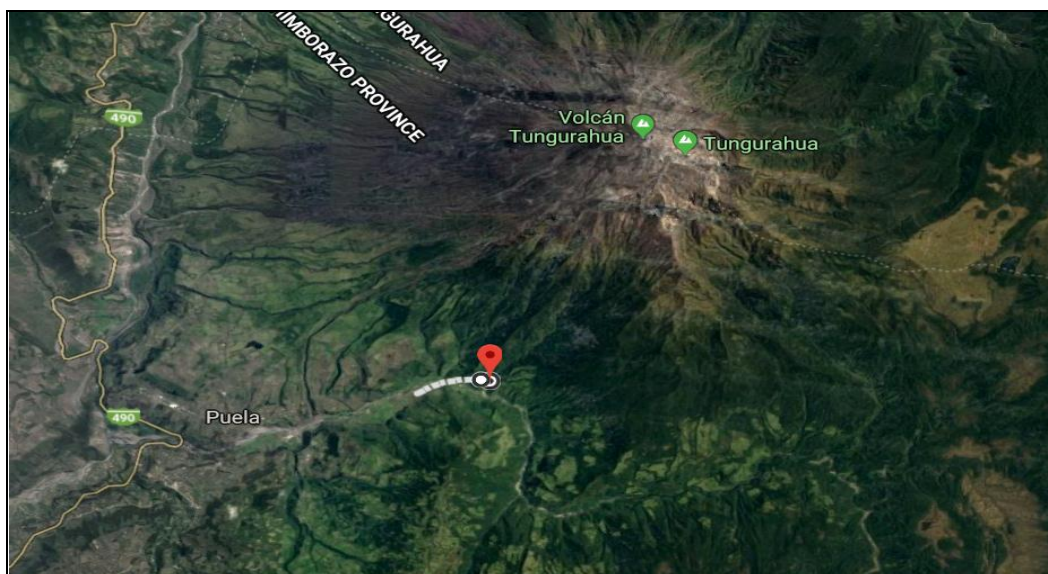
b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Gpr Puela / Facebook				
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Gobierno Parroquial rural de Puela				
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	Radio Volcán				
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas				
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)			
AGUAS TERMALES	300 m		783137	9833744			

Observaciones:				
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)	
a. Local 1.2	a. Turista 0.5	b. Excursionista 0.3	a. Alta 0	b. Media 0.3
b. Nacional 1.7	a. Turista 1	b. Excursionista 0.5	a. Alta 0	b. Media 0
c. Extranjera 1.2	a. Turista 1	b. Excursionista 0	a. Alta 0	b. Media 0
			c. Baja 0.1	c. Baja 0.2
			c. Baja 0.2	
Observaciones:				
13. RECURSO HUMANO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
13.1. Personal especializado en turismo (U): SI 1 No <input type="checkbox"/> Especifique:				
13.2. Nivel de instrucción (U)				
Primaria 0	Secundaria 0	Tercer Nivel 0	Cuarto Nivel 4	Otro 0
Especifique:				
13.3 Manejo de Idiomas (M)				
a. Inglés <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán <input type="checkbox"/>	c. Francés <input type="checkbox"/>	d. Italiano <input type="checkbox"/>	e. Chino <input type="checkbox"/>
				f. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:				
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
El ojo del Fantasma se lo llama así, a la formación rocosa por donde pasa un riachuelo, vista desde la base de la cascada se asemeja a un ojo. Además debido a su fantástica forma, existen creencias místicas de adoración a los dioses. La formación rocosa del "Ojo del Fantasma" se llama así, debido a la forma de ojo que presenta reflejando al otro lado la cascada denominada El Chochal. A través de esta formación rocosa se encuentra un riachuelo de agua cristalina.				
15. ANEXOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
a. Archivo Fotográfico (dos)				



Fuente: [Cascadas El Ojo del Fantasma, Nota: Andrea Logroño, 2018](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo


FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Logroño Andrea	Apellido y Nombre	Erazo Paul	Apellido y Nombre	
Institución	ESPOCH	Institución	GPR Puela	Institución	
Cargo	Tesisista	Cargo	Técnico	Cargo	
Correo Electrónico	andrealogroo@hotmail.com	Correo Electrónico	erazopaul@gmail.com	Correo Electrónico	
Teléfono	984165465	Teléfono	988056621	Teléfono	
Firma	Logroño Andrea	Firma	Erazo Paul	Firma	
Fecha	6/11/2018	Fecha	6/25/2018	Fecha	

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

Río Puela

Tabla 79. Río Puela

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	9	5	3	A	N	0	4	0	3	0	0	0	0	6
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
RÍO PUELA																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo				1.4 Subtipo										
ATRATIVOS_NATURALES			RÍOS				RÁPIDO										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón				2.3 Parroquia										
CHIMBORAZO			PENIPE				PUELA										
2.4 Calle Principal			2.5 Número				2.6 Transversal										
N/A			N/A				N/A										
2.7 Barrio, Sector o Comuna			2.8 Sitio poblado más cercano														
PUNGAL			CENTRO POBLADO DE PUELA														
2.9 Latitud (grados decimales)			2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)										
779984			9832142				2,442										
2.12 Inmerso en Espacio Turístico			SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>										
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
3.1. Clima			3.2 Temperatura(°C)				10- 12		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)				750 - 1000				
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1 Tipo de Ingreso (u)			SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>										
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)		3		4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)		0		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)		0							
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):			a. Desde \$				0		b. Hasta \$				0				
4.1.3.2 Forma de Pago (M):			a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>				
4.1.4 Horario:			a. Hora de Ingreso:		0:00		b. Hora de Salida:		0:00								
4.1.5 Atención (U):			a. Todos los días		3		c. Fines de Semana y Feriados		0								
			b. Sólo días hábiles		0		d. Otro.		0		Especifique:						
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Alta (meses)			<input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:		enero a diciembre										
b. Baja (meses)			<input type="checkbox"/>		Especifique:												
Observaciones: El río es visitado a menudo por los pobladores locales.																	
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).			SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>										

a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	

Observaciones: No dispone de facilidad de acceso para personas con discapacidad.					
5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO					
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
5.1 Acceso (M)					
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	1		Regular	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	1		Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:	Bueno	<input type="checkbox"/>
	b. Lacustre	0		Regular	<input checked="" type="checkbox"/>
	c. Fluvial	0		Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.3 Aéreo	0	Describir:			
Observaciones: En vehículo particular o transporte intercantonal de la Cooperativa Bayushig hasta llegar al puente de la Unidad Parroquial					
5.2 Comunicación (M)					
		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Línea Telefónica b. Cablec. Satélite					
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	d. Redes	<input type="checkbox"/>	e. LMDSf.	<input type="checkbox"/>
e. Telefonía Móvil <input checked="" type="checkbox"/>					
inalámbricas					
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: La ubicación del atractivo da apertura para que exista algunos tipos de comunicación					
5.3 Señalización (M)					
		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>
Malo <input type="checkbox"/>					
Observaciones:					
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante					
		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante:					
Centro poblado de la parroquia Puela					
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	3	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	0:15	horas/ minutos
Observaciones:					
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)					
		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
				S/I	<input type="checkbox"/>
5.5.1 Tipo					
5.5.2 Frecuencia					
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual

a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones: El servicio de buses es permanente y diaria.									
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Planta Turística (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Alojamiento	0	Establecimientos registrados:	0	Habitaciones:	0	Plazas:	0		
b. Alimentos y Bebidas	0	Establecimientos registrados:	0	Mesas:	0	Plazas:	0		
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos Registrados:	0						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:							
f. Guianza	0	Especifique:							
g. Otros	0	Especifique:							
Observaciones:									
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)			
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<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"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<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"/>

b. De observación y vigilancia	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<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"/>
	Puentes de acceso a senderos	<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"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<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"/>
e. Otros	Especifique:								
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)			SI	0	NO		S/I		
b. Alquiler y venta de equipo especializado	a. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>		c. Venta de Artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
f. Cajero automático	e. Taxis	<input type="checkbox"/>		h. Otro	<input type="checkbox"/>		Especifique:		
Observaciones:									

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (u)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>

a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	3	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (M)			SI		NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Minerales	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	h. tenencia	<input type="checkbox"/>	Conflicto de exposición	<input type="checkbox"/>	de g. Huaquearías	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	i. Escaso o nulo mantenimiento del	<input type="checkbox"/>	Contaminación Ambiental	<input type="checkbox"/>	Residuos	<input type="checkbox"/>

e. Clima	<input type="checkbox"/>	Expansiónn. urbana/ SocialIndustrial /	<input type="checkbox"/>	Conflicto	<input type="checkbox"/>	Políticoo.	m. Desarrollo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Entorno (500 m) (u)								
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Conservado	4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0	
Observaciones:								
7.2.1 Factores de deterioro (M)								
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.2.1.1 Naturales (M)			7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividadesb. AgrícolasGanaderasForestales	<input type="checkbox"/>	Actividadesc.	<input type="checkbox"/>	Actividades	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividadese. / MineralIndustrialesAbandono	<input type="checkbox"/>	Actividadesf.	<input type="checkbox"/>	Negligencia / Extractivas	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres Naturales	<input checked="" type="checkbox"/>	h. tenenciauso y	<input type="checkbox"/>	Conflicto Condiciones exposición	<input type="checkbox"/>	dei. de g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta dek. mantenimiento del	<input type="checkbox"/>	Contaminaciónl. Ambienteresiduos	<input type="checkbox"/>	Generación de	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	Expansiónn. urbana/ SocialIndustrial /	<input type="checkbox"/>	Conflicto	<input type="checkbox"/>	Políticoo.	m. Desarrollo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural SINOS/I que lo rodea								
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)		SI		2		NO	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:								
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino								
b. Fecha de a. Denominación: declaración:		SI		0		NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
c. Alcance:								
Observaciones: El Río Puela no ha sido declarada como atractivo, espacio o destino turístico.								
7.5 Amenazas Naturales (M)								
		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
7.5.1 Geológicas (M)				7.5.2 Meteorológicas (M)				
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes				<input type="checkbox"/>		
b. Erupciones volcánicas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Deslizamientos				<input type="checkbox"/>		
c. Movimientos en masadeslizamientos	<input type="checkbox"/>	c. Marejadas				<input type="checkbox"/>		
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones				<input type="checkbox"/>		
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones: El Río Puela se encuentra ubicado cerca del Volcán Tungurahua								

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
---	----	-------------------------------------	----	--------------------------	-----	--------------------------

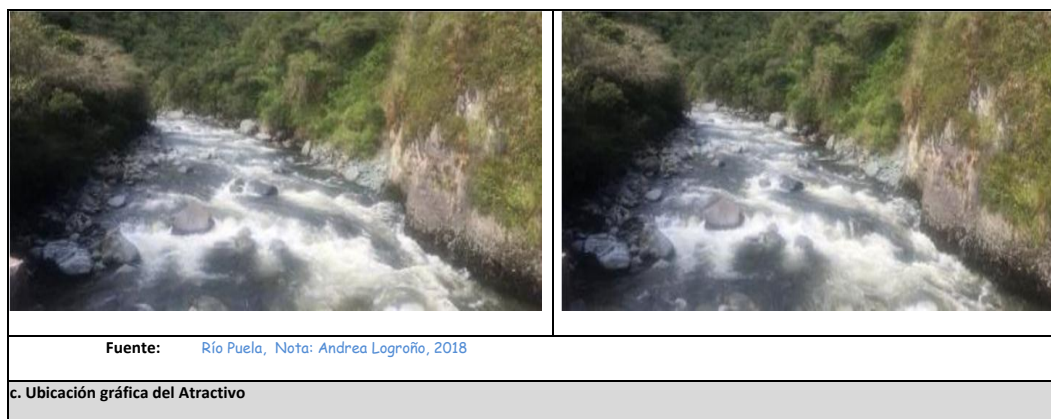
8.1 Agua (M)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable <input type="checkbox"/>	b. Pozo <input type="checkbox"/>	c. Tanquero <input type="checkbox"/>					
e. Río, vertiente, acequia o d. Entubada f. Lluvia canal <input type="checkbox"/>							
g. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:						
El servicio de agua potable existe en el poblado mas cercano, además en las casas aledañas al atractivo, a su vez el agua del río es Observaciones: utilizada por los habitantes del sector.							
8.2 Energía Eléctrica (M)	SI	<input type="checkbox"/>	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de <input type="checkbox"/>	b. Panel Solar c. Generador de corriente eléctrica <input type="checkbox"/>						
Servicio Público:							
d. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones: Existe energía eléctrica en el poblado mas cercano.							
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	<input type="checkbox"/>	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
d. Con descarga directa al <input type="checkbox"/>	a. Red Pública <input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciegoc. Pozo Séptico <input type="checkbox"/>					
e. Letrina <input type="checkbox"/>	f. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	<input type="checkbox"/>	0	NOS/I	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de c. Terreno baldío o <input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector <input type="checkbox"/>	d. Quema de basura <input type="checkbox"/>					
desechos (5R) quebrada							
e. Basura arrojada al río, <input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada g. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:					
acequia o canal							
Dentro de la parroquia, la recolección de basura se realiza por el recolector, en los poblados rurales, se la deposita en terrenos Observaciones: badíos o quebradas y en el mejor de los casos, se la quema.							
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	b. Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	c. Dispensario Médico <input type="checkbox"/>	d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín <input type="checkbox"/>				
Observaciones: Puesto de salud El Altar							
8.6 Seguridad (M)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
c. Policía Metropolitana / a. Privada b. Policía Nacional <input type="checkbox"/>	Municipal						
d. Otra <input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:							
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI	<input checked="" type="checkbox"/>		NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	5	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: planificación turística territorial (GAD'S) (u):	
9.2. Se cumple con la normativa para	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	0	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: actividades que se practican en el atractivo (u):	
9.3. Nombre del Administrador:	Gobierno Parroquial Rural de Puela						

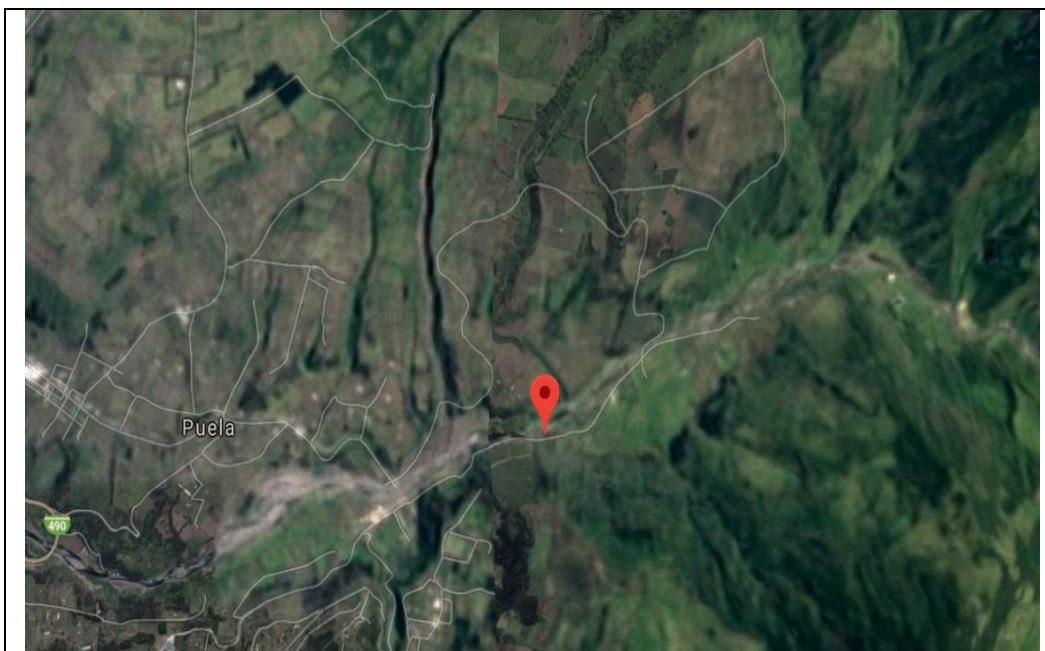
9.4. Tipo de Administrador (u)			
a. Público <input checked="" type="checkbox"/> b. Privado <input type="checkbox"/> c. Comunitario <input type="checkbox"/> d. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:			
9.5. Contacto			
a. Nombre: Paul Erazo		b. Teléfono/Celular: 0988056621	
c. Correo Electrónico: erazopaul@gmail.com		d. Página WEB: http://puela.gob.ec/index.php/turismo	
Observaciones:			
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (u) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.1.1 En el Agua (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/> b. Kayak de mar / lacustre <input type="checkbox"/> c. Kayak de Río <input type="checkbox"/>			
d. Kite Surf <input type="checkbox"/> e. Rafting <input type="checkbox"/> f. Snorkel <input type="checkbox"/>			
g. Surf <input type="checkbox"/> h. Tubing <input checked="" type="checkbox"/> i. Regata <input type="checkbox"/>			
j. Paseo en Panga / Bote /k. Paseo en Moto Acuática l. Banana / Inflables <input type="checkbox"/> Esquí <input type="checkbox"/>			
m. Pesca Deportiva <input checked="" type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones: En el Río Puela se puede practicar el deporte extremo llamado Tubing por el caudal del río			
10.1.2 En el Aire (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/> b. Canopy <input type="checkbox"/> c. Parapente <input type="checkbox"/> d Otro <input type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
10.1.3 En Superficie Terrestre (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/> b. Escalada <input type="checkbox"/> c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>			
d. Cicloturismo <input checked="" type="checkbox"/> e. Canyoning <input type="checkbox"/> f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>			
g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/> h. Cabalgata <input type="checkbox"/> i. Caminata <input checked="" type="checkbox"/>			
l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>			
j. Campingk. Pícnic <input type="checkbox"/>			
m. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/> n. Otro <input type="checkbox"/> Especifique:			
Observaciones:			
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (u) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
10.2.1 Tangibles (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>			
a. Recorridos Guiados / Autoguiados		b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	
0		0	
c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.		0	
d. Presentaciones		f. Actividades Vivenciales y/o	
0		0	
e. Muestras Audiovisuales		Lúdicas	
0		0	
g. Fotografía		h. Información del lugar	
0		i. Visita a Talleres	
0		0	

j. Otro	<input type="checkbox"/>	0	Especifique:				
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)							
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo:	10.2.2.3. Fecha de celebración:						
10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	<input type="checkbox"/>	0	NO	<input type="checkbox"/>		
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del							
	SI	<input type="checkbox"/>	0	NO	<input type="checkbox"/>		
Evento:							
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	0	b. Regular	<input type="checkbox"/>	0	
Observaciones:							
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO							
	SINOS/I	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)							
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>	
a. Local	1	b. Regional	0	c. Nacional	0	d. Internacional	0
Observaciones:							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
	SI	<input type="checkbox"/>	0	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input checked="" type="checkbox"/>	URL:	http://puela.gob.ec/index.php/turismo				

b. Red Social	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Gpr Puela / Facebook			
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
e. Oficina de Información Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	Nombre:	Gobierno Parroquial rural de Puela			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	Radio Volcán			
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:						
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)						
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas			
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)		
Chorrera el Batán	2km	12:10:00 AM	78 11 82	98 33 931		

Observaciones:				
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)	
a. Local 1.3	a. Turista 0.5	b. Excursionista 0.3	a. Alta 0.5	b. Media 0 c. Baja 0
b. Nacional 0	a. Turista 0	b. Excursionista 0	a. Alta 0	b. Media 0 c. Baja 0
c. Extranjera 0	a. Turista 0	b. Excursionista 0	a. Alta 0	b. Media 0 c. Baja 0
Observaciones:				
13. RECURSO HUMANO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
13.1. Personal especializado en turismo (U): SI 1 No <input type="checkbox"/> Especifique:				
13.2. Nivel de instrucción (U)				
Primaria 0	Secundaria 0	Tercer Nivel 0	Cuarto Nivel 4	Otro 0 Especifique:
13.3 Manejo de Idiomas (M)				
a. Inglés <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alemán <input type="checkbox"/>	c. Francés <input type="checkbox"/>	d. Italiano <input type="checkbox"/>	e. Chino <input type="checkbox"/> f. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:				
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
Existe la afluencia de gente local hacia las riveras del río principalmente los fines de semana ya que existe la creencia que sus aguas son provenientes de piedras golpeadas y por ende tienen propiedades curativas. El río Puela tiene un buen caudal, su agua es cristalina y helada. Cuando llueve este río crece que llega hasta 4 m de altura, puede realizar Tubing.				
15. ANEXOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>				
a. Archivo Fotográfico (dos)				





Fuente:

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Logroño Andrea	Apellido y Nombre	Erazo Paul
Institución	ESPOCH	Institución	GPR Puelo
Cargo	Tesista	Cargo	Técnico
Correo Electrónico	andrealogroo@hotmail.com	Correo Electrónico	erazopaul@gmail.com
Teléfono	984165465	Teléfono	988056621
Firma	Logroño Andrea	Firma	Erazo Paul
Fecha	6/11/2018	Fecha	6/25/2018

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puelo.

Elaborado por: Andrea Logroño

Aguas Termales

Tabla 80. Aguas Termales

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	0	6	0	9	5	3	A	N	0	6	0	2	0	0	0	0	7	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
AGUAS TERMALES																		
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo								
ATRATIVOS_NATURALES					AGUAS_SUBTERRÁNEAS					MANANTIAL DE AGUA TERMAL								
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																		
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia								
CHIMBORAZO					PENIPE					PUELA								
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal								
N/A					N/A					N/A								
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano													
PUNGAL					CENTRO POBLADO DE PUELA													
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales) Click					2.11 Altura (msnm)								
783137					9833744					2,844								
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																		
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																		
SI <input type="checkbox"/>					NO <input checked="" type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>								
3.1. Clima					3.2 Temperatura(°C)					10- 12		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)					750 - 1000	
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																		
SI <input type="checkbox"/>					NO <input checked="" type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>								
4.1 Tipo de Ingreso (U)																		
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)					4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)					0		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)					0	
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$					0		b. Hasta \$					0	
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					a. Efectivo <input type="checkbox"/>							b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>						
					c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>							d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>						
					e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>							f. Cheque <input type="checkbox"/>						
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso:					0:00		b. Hora de Salida:					0:00	
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días					3		c. Fines de Semana y Feriados					0	
					b. Sólo días hábiles					0		d. Otro.					0 Especifique:	
Observaciones:																		
4.2 Temporalidad (M)																		
a. Alta (meses)					Especifique:					sabado-domingo								
b. Baja (meses)					Especifique:					lunes-viernes								
Observaciones: Las aguas son visitadas de manera frecuente los fines de semana																		
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).																		
SI <input type="checkbox"/>					NO <input checked="" type="checkbox"/>					S/I <input type="checkbox"/>								

a.

a. Rampas	<input type="checkbox"/>	b. Baterías Sanitarias adecuadas	<input type="checkbox"/>	c. Personal Calificado	<input type="checkbox"/>
d. Sistema Braille	<input type="checkbox"/>	e. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	

Observaciones: No dispone de facilidad de acceso para personas con discapacidad.

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1 Acceso (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	1		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	1		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:						
	b. Lacustre	0	Describir:						
	c. Fluvial	0	Describir:						
5.1.3 Aéreo	0	Describir:							
Observaciones: En vehículo particular o transporte intercantonal de la Cooperativa Bayushig hasta llegar al puente de la Unidad Parroquial									
5.2 Comunicación (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.2.1 Telefonía (M)	0	a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Satelital	<input type="checkbox"/>		
a. Línea Telefónica b. Cablec. Satélite			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
5.2.2 Conexión a Internet (M)	0	d. Redes	<input type="checkbox"/>	e. LMDSf.	<input type="checkbox"/>	Telefonía Móvil	<input checked="" type="checkbox"/>		
inalámbricas									
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>				
Observaciones: No existe ningún tipo de comunicación en el área									
5.3 Señalización (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones: Al llegar al sitio se puede observar un letrero donde muestra el nombre del atractivo, además que al seguir el sendero también hay señalética.									
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Centro poblado de la parroquia Puela									
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	6,5	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	1:20	horas/ minutos				
Observaciones:									
5.5. Tipo de Transporte y Frecuencia (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
5.5.1 Tipo	5.5.2 Frecuencia								
	a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual					

a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. Automóvil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
k. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones: El servicio de buses es permanente y diaria, hasta el poblado mas cercano								
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS								
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I			
6.1 Planta Turística (M)								
	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I			
a. Alojamiento	0	Establecimientos 0 registrados:	Habitaciones:	0	Plazas: 0			
b. Alimentos y Bebidas	0	Establecimientos 0 registrados:	Mesas:	0	Plazas: 0			
c. Agencias de viaje/Operadoras	0	Establecimientos 0 Registrados:	Especifique:					
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno	0	Especifique:						
f. Guianza	0	Especifique:						
g. Otros	0	Especifique:						
Observaciones:								
6.2 Facilidades en el entorno al atractivo (M)								
	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I			
6.2.1 Categoría	6.2.2. Tipo (M)	6.2.3 Cant.	6.2.4 Administrador	6.2.5 Coordenadas		6.2.6 Estado (U)		
				a. Lat.	b. Long.	B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información abierto	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Punto de información cerrado	<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"/>
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de recepción - equipamiento de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia	Miradores	<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"/>

	Torres de observación de salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input checked="" type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<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"/>
	Puentes de acceso a senderos	<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"/>
	Muelle	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio	Área de servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Baterías sanitarias	<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"/>
e. Otros	Especifique:								
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)									
			SI	0	NO		S/I		
b. Alquiler y venta de equipo	c. Venta de artesanías y a. Casa de cambio especializado	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	
f. Cajero automático	e. Taxis	<input type="checkbox"/>		h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:									

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Atractivo (u)	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>

a. Conservado	7	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.1.1 Factores de deterioro (M)							
		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.1.1.1 Naturales (M)		7.1.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a.	<input type="checkbox"/>	Actividadesb. Actividades	<input type="checkbox"/>	Actividadesc.	<input type="checkbox"/>
				AgrícolasGanaderasForestales			
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d.	<input type="checkbox"/>	Actividadese. Negligencia /	<input type="checkbox"/>	Actividadesf. Extractivas /	<input type="checkbox"/>
				MineralIndustrialesAbandono			
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	h.	<input type="checkbox"/>	Conflicto Condiciones	<input type="checkbox"/>	dei. de g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
				tenenciauso y exposición			
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j.	<input type="checkbox"/>	Escaso	<input type="checkbox"/>	nulok. Contaminaciónl.	<input type="checkbox"/>
				Generación de mantenimiento del Ambienteresiduos			
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	Expansiónn.	<input type="checkbox"/>	Conflicto	<input type="checkbox"/>	Políticoo. Desarrollo	m. <input type="checkbox"/>
		urbana/ SocialIndustrial /					
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					

8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Existe deslizamiento de tierra hacia las mini piscinas provocado por las lluvias y no hay mantenimiento para las piscinas.							
7.2 Entorno (500 m) (u)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Conservado	4	b. Alterado	0	c. En proceso de deterioro	0	d. Deteriorado	0
Observaciones:							
7.2.1 Factores de deterioro (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.2.1.1 Naturales (M)		7.2.1.2 Antrópicos (M)					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a.	<input type="checkbox"/>	Actividadesb. Actividades	<input type="checkbox"/>	Actividadesc.	<input type="checkbox"/>
		AgrícolasGanaderasForestales					
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d.	<input type="checkbox"/>	Actividadese. Negligencia /	<input type="checkbox"/>	Actividadesf. Extractivas /	<input type="checkbox"/>
		MineríaIndustrialesAbandono					
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	h.	<input type="checkbox"/>	Conflicto Condiciones	<input type="checkbox"/>	dei. de g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
		tenenciauso y exposición					
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j.	<input type="checkbox"/>	Falta dek. Generación	<input type="checkbox"/>	Contaminaciónl. de mantenimiento del	<input type="checkbox"/>
		Ambienteresiduos					
e. Clima	<input type="checkbox"/>	Expansiónn.	<input type="checkbox"/>	Conflicto	<input type="checkbox"/>	Políticoo. Desarrollo m.	<input type="checkbox"/>
		urbana/ SocialIndustrial /					
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural SINOS/I que lo rodea		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a. El atractivo guarda armonía con el entorno (u)	SI	2		NO	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
7.4. Declaratoria del Atractivo /Espacio/Destino		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
b. Fecha de a. Denominación: declaración:				c. Alcance:			
Observaciones: Las aguas termales no han sido declarada como atractivo, espacio o destino turístico.							
7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
7.5.1 Geológicas (M)		7.5.2 Meteorológicas (M)					
a. Sismos	<input type="checkbox"/>	a. Huracanes					
b. Erupciones volcánicas	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Deslizamientos					
c. Movimientos en masadeslizamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Marejadas					
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>	d. Inundaciones					
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones: Las aguas termales se encuentra ubicado cerca del Volcán Tungurahua							
8.1 Agua (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
e. Río, vertiente, acequia o d. Entubadaf. Lluvia canal	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					

El servicio de agua potable existe en el poblado mas cercano, además en las casas aledañas al atractivo, a su vez el agua del río es Observaciones: utilizada por los habitantes del sector.					
8.2 Energía Eléctrica (M)	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de	<input type="checkbox"/>				
b. Panel Solarc. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
Servicio Público:					
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:	Existe energía eléctrica en el poblado mas cercano.				
8.3 Servicio de Alcantarillado (M)	SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
d. Con descarga directa al	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
a. Red Pública b. Pozo Ciegoc. Pozo mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
f. Séptico	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro Especifique:			
Observaciones:					
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística (M)	SI	0	NOS/I	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de c. Terreno baldío o	<input type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
b. Carro Recolector d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>				
desechos (5R)quebrada					
e. Basura arrojada al rio,	<input type="checkbox"/>				
f. Basura enterradag. OtroEspecifique:	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>
acequia o canal					
Dentro de la parroquia, la recolección de basura se realiza por el recolector, en los poblados rurales, se la deposita en terrenos Observaciones: badios o quebradas y en el mejor de los casos, se la quema.					
8.5 Salud (más cercano) (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
a. Hospital o Clínica	0				
b. Puesto / Centro de salud	2				
c. Dispensario Médico	0				
d. Personal Capacitado en primeros auxilios y botiquín	0				
Observaciones:	Puesto de salud El Altar				
8.6 Seguridad (M)	SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
c. Policía Metropolitana / a. Privadab. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Municipal					
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES					
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
9.1. El atractivo se halla dentro de la	SI	5	NO	Especifique: planificación turística territorial (GAD'S) (U):	
9.2. Se cumple con la normativa para	SI	0	NO	Especifique: actividades que se practican en el atractivo (U):	
9.3. Nombre del Administrador:	Gobierno Parroquial Ruralde Puela				
9.4. Tipo de Administrador (U)					
a. Público	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input type="checkbox"/>
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
9.5. Contacto					
a. Nombre:	Paul Erazo		b. Teléfono/Celular:	0988056621	
c. Correo Electrónico:	erazopaul@gmail.com		d. Página WEB:	http://puela.gob.ec/index.php/turismo	
Observaciones:					

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.1.1 En el Agua (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar / lacustre	<input type="checkbox"/>	c. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>		
d. Kite Surf	<input type="checkbox"/>	e. Rafting	<input type="checkbox"/>	f. Snorkel	<input type="checkbox"/>		
g. Surf	<input type="checkbox"/>	h. Tubing	<input type="checkbox"/>	i. Regata	<input type="checkbox"/>		
j. Paseo en Panga / Bote l. Banana / Inflables Lancha/ Parasailing /	<input type="checkbox"/>	/k. Paseo en Moto Acuática Esquí	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:	Tanques de agua		
Observaciones: Las personas que visitan las aguas termales pueden acceder a los tanques a bañarse							
10.1.2 En el Aire (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
Observaciones:							
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	3	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input checked="" type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>		
l. Observación de flora y j. Campingk. Pícnic	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
fauna							
m. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
10.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.1 Tangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	0	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	0		
d. Presentaciones	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0		
Representaciones en vivo	0	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	0		
g. Fotografía	0						
j. Otro	0	Especifique:					
Observaciones:							
10.2.2 Intangibles (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
10.2.2.1. Origen:	a. Ancestral	<input type="checkbox"/>	b. Histórico	<input type="checkbox"/>	c. Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
10.2.2.2. Simbolismo:			10.2.2.3. Fecha de celebración:				

10.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual	<input type="checkbox"/>	b. Ocasional	<input type="checkbox"/>	c. Otro	<input type="checkbox"/>
10.2.2.5. Portadores:	a. Individuos	<input type="checkbox"/>	b. Colectivos	<input type="checkbox"/>	c. Instituciones	<input type="checkbox"/>
10.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:	SI	<input type="checkbox"/>	0	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:						
10.2.2.8. Existe Información al respecto del						
Evento:	SI	<input type="checkbox"/>	0	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
10.2.2.9. Nivel de Organización:	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	0	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>
c. Malo						
0						
Observaciones:						
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO						
SINOS/I						
<input type="checkbox"/>						
<input type="checkbox"/>						
11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)						
SI						
<input type="checkbox"/>						
NO						
<input type="checkbox"/>						
S/I						
<input type="checkbox"/>						
a. Local	1	<input type="checkbox"/>	b. Regional	0	<input type="checkbox"/>	c. Nacional
						0
d. Internacional						
0						
Observaciones:						
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)						
SI						
<input type="checkbox"/>						
0						
NO						
<input type="checkbox"/>						
S/I						
<input type="checkbox"/>						
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL: http://puela.gob.ec/index.php/turismo				

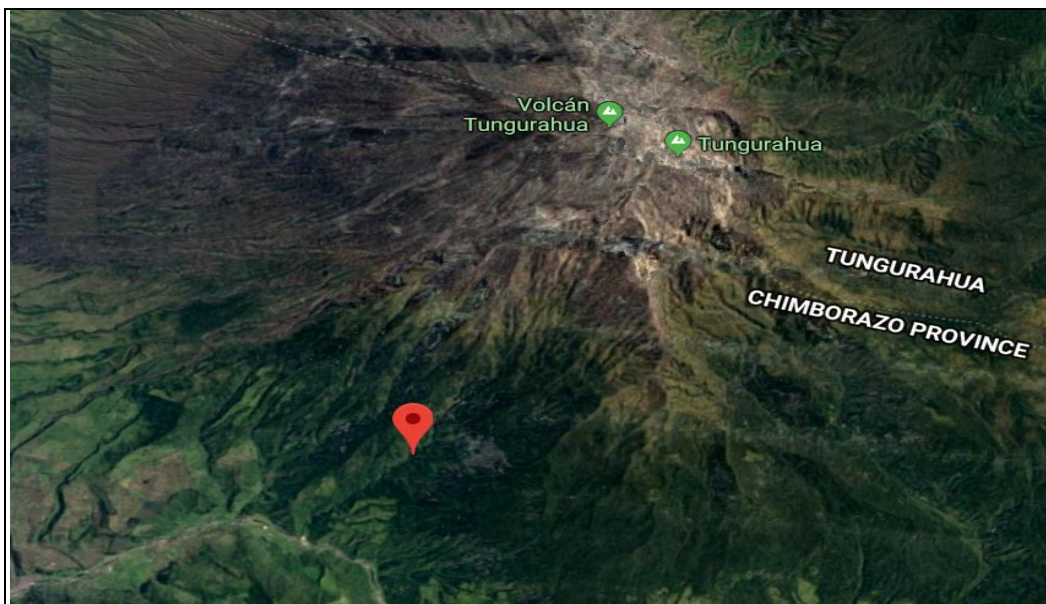
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Gpr Puela / Facebook			
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:				
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:	Gobierno Parroquial rural de Puela			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:	Radio Volcán			
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:				
Observaciones:						
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)						
SI						
<input type="checkbox"/>						
NO						
<input type="checkbox"/>						
S/I						
<input type="checkbox"/>						
a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas			
			1. Latitud (grados decimales)		2. Longitud (grados decimales)	
Ojo del fantasma	500m	12:10:00 AM	782298		9832937	
Observaciones:						
12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)						
SI						
<input type="checkbox"/>						
NO						
<input type="checkbox"/>						
S/I						
<input type="checkbox"/>						
12.1 Afluencia (M)		12.2 Tipo (U)			12.3 Frecuencia (U)	
a. Local	1.3	a. Turista	0.5	b. Excursionista	0.3	a. Alta
						0.5
						b. Media
						0
						c. Baja
						0

b. Nacional	2.1	a. Turista	1	b. Excursionista	0.5	a. Alta	0	b. Media	0.6	c. Baja	0
c. Extranjera	0	a. Turista	0	b. Excursionista	0	a. Alta	0	b. Media	0	c. Baja	0
Observaciones:											
13. RECURSO HUMANO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
13.1. Personal especializado en turismo (u): SI <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Especifique:											
13.2. Nivel de instrucción (u)											
Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Tercer Nivel <input type="checkbox"/> Cuarto Nivel <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Especifique:											
13.3 Manejo de Idiomas (M)											
a. Inglés <input checked="" type="checkbox"/> b. Alemán <input type="checkbox"/> c. Francés <input type="checkbox"/> d. Italiano <input type="checkbox"/> e. Chino <input type="checkbox"/> f. Otro <input type="checkbox"/>											
Observaciones:											
14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
Estas aguas sulfurosas son de origen subterráneo provenientes de la actividad volcánica del Tungurahua. Existen dos piscinas construidas que están adecuadas para 5 personas el agua tiene una coloración amarillenta debido a la presencia de sulfuros y elementos férricos que le dan un olor peculiar, posee una temperatura que oscila entre 25 - 40 °C.											
15. ANEXOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
a. Archivo Fotográfico (dos)											



Fuente: Aguas termales Nota: Andrea Logroño, 2018

c. Ubicación gráfica del Atractivo



FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Logroño Andrea	Apellido y Nombre	Erazo Paul	Apellido y Nombre	
Institución	ESPOCH	Institución	GPR Puela	Institución	
Cargo	Tesisista	Cargo	Técnico	Cargo	
Correo Electrónico	andrealogroo@hotmail.com	Correo Electrónico	erazopaul@gmail.com	Correo Electrónico	
Teléfono	984165465	Teléfono	988056621	Teléfono	
Firma	Logroño Andrea	Firma	Erazo Paul	Firma	
Fecha	6/11/2018	Fecha	6/25/2018	Fecha	

Nota: PDOT, 2015 parroquia Puela.

Elaborado por: Andrea Logroño

Anexo 2. Encuesta para turistas nacionales.



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



Reciba un cordial saludo.

La siguiente encuesta tiene por objeto conocer sobre los gustos y preferencias, para el diseño de un producto turístico para la parroquia Puela, cantón Penipe, provincia de Chimborazo. Por favor responda con la mayor honestidad posible, sus repuestas serán de mucha ayuda.

1. Edad:

- a) Menos de 18 años b) entre 18 y 25 años c) entre 26 y 40 años d) más de 40 años

2. Género:

- a) Masculino b) Femenino

3. Lugar de Procedencia _____

4. Nivel de educación:

- a) Primaria b) Secundaria c) Superior d) Otros

5. ¿Cuál es su motivo principal de viaje?

- a) Estudios b) Negocios c) Distracción d) Salud e) Trabajo

6. ¿Cuándo usted realiza un viaje, con quien lo hace?

- a) Amigos b) Familia c) Solo d) Pareja

7. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas en la parroquia Puela, cantón Penipe?

Si No

8. ¿Qué atractivos turísticos de la parroquia Puela, cantón Penipe le gustaría conocer a usted?

- a) Río Puela b) Cascada del ojo del fantasma
c) Aguas termales d) Volcán Tungurahua
e) Cascada el Tambo f) Cascada del Batán
g) Cascada La Morocha h) Cueva de los Tayos

i) Cerro Montirón

j) Quebrada el Mayorasgo

9. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la parroquia Puela, cantón Penipe según los siguientes tipos de turismo?

a) Turismo de naturaleza	b) Turismo comunitario	c) Agroturismo	d) Turismo de aventura	e) Ecoturismo
Actividades	Actividades	Actividades	Actividades	Actividades
<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Observación de flora y fauna 	<ul style="list-style-type: none"> • Convivencia comunitaria • Degustación de gastronomía típica 	<ul style="list-style-type: none"> • Acercamiento con animales • Ordeño de vacunos • Labores de siembras • Cosechas de productos de la zona 	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking • Camping • Ciclismo • Canyoning • Tubbing • Cabalgata 	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Fotografía • Observación de flora y fauna

10. ¿Con cuál de los siguientes servicios turísticos le gustaría contar?

- a) Alojamiento b) Alimentación c) Guianza d) Transporte e) Alquiler de equipos
f) Información turística

11. ¿Cuál es el gasto promedio diario cuando viaja?

- a) 20 – 35 dólares b) 36 – 50 dólares c) 51 – 65 dólares d) más de 65 dólares

12. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la parroquia Puela, cantón Penipe?

- a) Uno b) Dos c) Tres d) Más de tres días

13. ¿Cuál es su fuente de información turística más utilizada?

- a) Internet b) Radio c) Televisión d) Prensa e) Guía turística

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Encuesta para turistas extranjeros.

POLYTECHNIC SCHOOL OF CHIMBORAZO
FACULTY OF NATURAL RESOURCES
SCHOOL OF ECOTOURISM



Receive a warm greeting.

The following survey aims to know about the tastes and preferences for the design of a tourism product for the Puela Parish, Penipe canton, Chimborazo province. Please respond as honestly as possible, your answers will be very helpful.

1. Age:

- a) Under 18 years b) between 18 and 25 years c) between 26 and 40 years
 d) more than 40 years

2. Gender:

- a) Male b) Female

3. Place of Origin _____**4. Level of education:**

- a) Primary b) Secondary c) Superior d) Others

5. ¿What is your main reason for traveling?

- a) Studies b) Business c) Distraction d) Health e) Work

6. ¿When you make a trip, with who does it?

- a) Friends b) Family c) Only d) Couple

7. ¿Would you like to carry out tourist activities in the Puela Parish, Penipe canton?

- Yes No

8. ¿What tourist attractions of the Puela parish, canton Penipe would like to know you?

- a) Río Puela b) Cascada del ojo del fantasma
 c) Thermal waters d) Tungurahua Volcano
 e) Cascada el Tambo f) Cascada del Batán

- g) La Morocha waterfall h) Cueva de los Tayos
 i) Cerro Montirón j) Quebrada el Mayorasgo

9. ¿What activities would you like to do in Puela Parish, canton Penipe according to the following types of tourism?

a) Turismo de naturaleza	b) Community tourism	c) Agrotourism	d) Adventure tourism	e) Ecotourism
Activities	Activities	Activities	Activities	Activities
<ul style="list-style-type: none"> • Walks • Photography • Observation of flora and fauna 	<ul style="list-style-type: none"> • Community living • Tasting of typical gastronomy 	<ul style="list-style-type: none"> • Approach with animals • Milking of cattle • Sowing work • Crop of products from the area 	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking • Camping • Cycling • Canyoning • Tubbing • Cabalgata 	<ul style="list-style-type: none"> • Walks • Photography • Observation of flora and fauna

10. ¿With which of the following tourist services would you like to tell?

- a) Accommodation b) Food c) Guidance d) Transportation e) Equipment rental f) Tourist information

11. ¿What is the average daily expense when traveling?

- a) 20 - 35 dollars b) 36 - 50 dollars c) 51 - 65 dollars d) more than 65 dollars

12. ¿How many days would I be willing to stay in the Puela Parish, canton Penipe?

- a) One b) Two c) Three d) More than three days

13. ¿What is your most used source of tourist information?

- a) Internet b) Radio c) Television d) Press e) Tourist guide

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION

Anexo 1. Sustento fotográfico**Fotografía 1. Talleres participativos****Fotografía 2. Visita a los atractivos**



Fotografía 3. Aplicación de encuestas



Fotografía 4. Aplicación de encuestas



Fotografía 5. Aplicación de encuestas



Fotografía 6. Visita a atractivos