



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**PROYECTO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO VIVENCIAL, EN LA
COMUNIDAD PAÑACOA, PARROQUIA PAÑACOA, CANTÓN
SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA TITULACIÓN DE GRADO**

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

NELSON ANDRES RIVADENEIRA PEREA

**Riobamba – Ecuador
2018**

Derecho de Autor Copyright

©2018, Nelson Andres Rivadeneira Perea

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.

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA DE ECOTURISMO**

El tribunal de trabajo de Titulación certifica que: El proyecto técnico de titulación denominado: **“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO VIVENCIAL, EN LA COMUNIDAD PAÑACocha, PARROQUIA PAÑACocha, CANTÓN SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”**, de responsabilidad del Sr. Egresado Nelson Andres Rivadeneira Perea ha sido minuciosamente revisado y aprobado, quedando autorizada su presentación y defensa.



Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jácome MsC.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



Ing. Carlos Renato Chávez Velásquez MsC.

ASESOR DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Nelson Andres Rivadeneira Perea, 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 autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, Diciembre 2018



Nelson Andres Rivadeneira Perea

Cedula de ciudadanía: 220017042-5

Página de responsabilidad y compartir derechos:

Yo, Nelson Andres Rivadeneira Perea 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.



Nelson Andres Rivadeneira Perea

DEDICATORIA

Lleno de regocijo, amor y esperanza, dedico este trabajo a mi ser superior, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado, a cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mis pilares para seguir adelante.

Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles a ellos, que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo me lo he ganado.

A mis padres Nelson Rivadeneira y Elisa Perea, porque ellos son la motivación de mi vida, mi orgullo de ser lo que seré.

A mi esposa e hijos, porque son la razón de sentirme tan orgulloso de culminar mi meta, gracias a ellos por confiar siempre en mí.

Sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, a mi abuela, tíos, primos y amigos, gracias por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de la suya.

Nelson Andres Rivadeneira Perea

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es principalmente para Dios porque sin él nada de esto hubiera sido posible, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a cada uno de los profesores, cuyas enseñanzas me servirán en la vida profesional.

A mis padres quienes contribuyeron con su apoyo para la culminación de este proyecto.

A mi director y asesor de la tesis por ayudarme en la realización de la misma y a todas las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo para la culminación de una de las etapas más importantes de mi vida.

Nelson Andres Rivadeneira Perea

ÍNDICE

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO VIVENCIAL, EN LA COMUNIDAD KICHWA PAÑACOCCHA, PARROQUIA PAÑACOCCHA, CANTÓN SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.....	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. IMPORTANCIA	1
B. PROBLEMÁTICA.....	2
C. JUSTIFICACIÓN.....	2
III. OBJETIVOS.....	4
IV. HIPÓTESIS	5
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
A. MARCO CONCEPTUAL	6
B. MARCOTEÓRICO	10
C. MARCO CONTEXTUAL.....	30
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	35
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	35
B. MATERIALES Y EQUIPOS	36
C. METODOLOGÍA	36
VII. RESULTADOS.....	40
A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD KICHWA PAÑACOCCHA.....	40
B. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	49
C. VIABILIDAD COMERCIAL, OPERATIVA Y ORGANIZACIONAL DEL PRODUCTO.....	129
1. Estudio de mercado	129
2. Estudio técnico.....	169
3. Estudio administrativo legal.....	189
D. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES DEL PRODUCTO.	206
E. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PRODUCTO.	208

VIII. CONCLUSIONES	222
IX. RECOMENDACIONES.....	223
X. RESUMEN.....	224
XI. SUMMARY	¡Error! Marcador no definido.
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	227
XIII. ANEXOS.....	234

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla VI-1. Ponderación total de los criterios para sitios turísticos.....	15
Tabla VI-2. Rangos para determinar las jerarquías de los atractivos turísticos	17
Tabla VI-3: Descripción de cada Jerarquía.....	17
Tabla VI-4: Ubicación geográfica de la comunidad Kichwa Pañacocha, Parroquia Pañacocha, Cantón Shushufindi.....	35
Tabla VI-5: Rango de edad	42
Tabla VI-6: Festividades.....	44
Tabla VI-7: Fuentes de ingresos económicos.....	45
Tabla VI-8: Resumen del IPT de la Comunidad Kichwa Pañacocha	46
Tabla VI-9: Movilidad, energía y conectividad	47
Tabla VI-10: Organización política institucional.....	48
Tabla VI-11: Apoyo institucional	48
Tabla VI-12: Río Pañayaku.....	49
Tabla VI-13: Laguna Charapa	54
Tabla VI-14: Laguna La Golondrina	59
Tabla VI-15: Laguna Pañacocha	63
Tabla VI-16: Laguna Piwali.....	69
Tabla VI-17: Bosque Protector Pañacocha.....	73
Tabla VI-18: Gastronomía típica.....	79
Tabla VI-19: Pueblo Kichwa.....	83
Tabla VI-20: Mingas	88
Tabla VI-21: Fiesta comunal.....	95
Tabla VI-22: Eventos deportivos	100
Tabla VI-22: Artesanías	105
Tabla VI-23: Shamanismo.....	112
Tabla VI-24: Música y Danza	119
Tabla VI-25: Resumen de los atractivos turísticos de la Comunidad Kichwa Pañacocha	126
Tabla VI-26: Estratificación del número de encuestas	130

Tabla VI-27: Género de los potenciales clientes nacionales	130
Tabla VI-28: Edad de los potenciales clientes nacionales.....	131
Tabla VI-29: Edad de los potenciales clientes nacionales.....	132
Tabla VI-30: Nivel de instrucción de los potenciales clientes nacionales	133
Tabla VI-31: Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes nacionales.....	134
Tabla VI-32: Actividades que desean realizar los potenciales clientes nacionales	135
Tabla VI-33: Motivos de viaje de los potenciales clientes nacionales	136
Tabla VI-34: Con cuantas personas viajan los potenciales clientes nacionales	137
Tabla VI-35: Gasto económico diario de los potenciales clientes nacionales.....	138
Tabla VI-36: Cantidad de días en un tour turístico de los potenciales clientes nacionales.....	139
Tabla VI-37: Forma de pago de los potenciales clientes nacionales	140
Tabla VI-38: Medios de comunicación de los potenciales clientes nacionales	141
Tabla VI-39: Género de los potenciales clientes extranjeros	142
Tabla VI-40: Edad de los potenciales clientes extranjeros	143
Tabla VI-41: Procedencia de los potenciales clientes extranjeros	144
Tabla VI-42: Nivel de instrucción de los potenciales clientes extranjeros	145
Tabla VI-43: Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes extranjeros	146
Tabla VI-44: Actividades turísticas a realizar de los potenciales clientes extranjeros	147
Tabla VI-45: Motivos de viaje de los potenciales clientes extranjeros	148
Tabla VI-46: Con cuantas personas viajan los potenciales clientes extranjeros	149
Tabla VI-47: Gasto diario de los potenciales clientes extranjeros	150
Tabla VI-48: Cantidad de días pasa en un tour turístico los potenciales clientes extranjeros	151
Tabla VI-49: Formas de pago de los potenciales clientes extranjeros.....	152
Tabla VI-50: Medios de comunicación de los potenciales clientes extranjeros	153
Tabla VI-51: Perfil del turista nacional y extranjero	155
Tabla VI-52: Demanda actual por productos.....	156

Tabla VI-53: Demanda futura por clientes.....	157
Tabla VI-54: Demanda futura por productos	157
Tabla VI-55: Competencia actual.....	157
Tabla VI-56: Competencia futura	158
Tabla VI-57: Demanda frente competencia.....	158
Tabla VI-58: Análisis de competencia por producto	159
Tabla VI-59: Paquetes turísticos.....	161
Tabla VI-60: Paquetes turísticos.....	162
Tabla VI-61: Agencias de viajes y operadoras turísticas.....	163
Tabla VI-62: Talento humano para área comercial	166
Tabla VI-63: Materiales e insumos del área comercial	166
Tabla VI-64: Materiales de promoción y publicidad del área comercial.....	167
Tabla VI-65: Promoción y publicidad del área comercial.....	167
Tabla VI-66: Activos fijos del área comercial	168
Tabla VI-67: Activos diferidos del área comercial.....	168
Tabla VI-68: Requerimientos del área comercial	169
Tabla VI-69: Capacidad operativa para clientes futuros adicionales	169
Tabla VI-70: Capacidad operativa de clientes futuros adicionales por producto.....	169
Tabla VI-71: Consumo aparente de clientes futuros	170
Tabla VI-72: Mano de obra directa del área productiva	171
Tabla VI-73: Materiales e insumos del área productiva	172
Tabla VI-74: Activos fijos del área productiva	172
Tabla VI-75: Activos diferidos del área productiva.....	173
Tabla VI-76: Requerimientos del área productiva	173
Tabla VI-77: Paquetes turísticos de Pañacocha	173
Tabla VI-78: Proceso productivo para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural	173
Tabla VI-79: Proceso productivo para el paquete Pañacocha cultural	175
Tabla VI-80: Guion interpretativo para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural.....	176

Tabla VI-81: Guion interpretativo para el paquete Pañacocha cultural	182
Tabla VI-82: Precio para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural.....	185
Tabla VI-83: Precio para el paquete Pañacocha cultural	185
Tabla VI-84: Ventajas y desventajas de la ley de compañías.....	189
Tabla VI-85: Ventajas y desventajas de la ley orgánica de economía popular y solidaria	191
Tabla VI-86: Requisitos para formar la organización del área administrativa	193
Tabla VI-87: Requisitos para el funcionamiento de la empresa	193
Tabla VI-88: Talento humano del área administrativa	194
Tabla VI-89: Materiales e insumos del área administrativa	194
Tabla VI-90: Activos fijos del área administrativa	195
Tabla VI-91: Activos diferidos del área administrativa	195
Tabla VI-92: Otros gastos del área administrativa.....	196
Tabla VI-93: Requerimientos del área administrativa	196
Tabla VI-94: Perfil del gerente	199
Tabla VI-95: Perfil del secretario/a	199
Tabla VI-96: Perfil del conserje.....	200
Tabla VI-97: Perfil del asesor legal	201
Tabla VI-98: Perfil del contador.....	201
Tabla VI-99: Perfil del agente de ventas	202
Tabla VI-100: Perfil del guía turístico	202
Tabla VI-101: Perfil del motorista.....	203
Tabla VI-102: Perfil del chofer	203
Tabla VI-103: Perfil del mesero.....	204
Tabla VI-104: Perfil del chef.....	204
Tabla VI-105: Perfil del ayudante de cocina	205
Tabla VI-106: Matriz de Lázaro Lagos	206
Tabla VI-107: Interpretación de Lázaro Lagos	207
Tabla VI-108: Inversiones	209
Tabla VI-109: Uso Y fuentes	210

Tabla VI-110: Amortización del préstamo	211
Tabla VI-111: Depreciación de los activos fijos.....	212
Tabla VI-112: Depreciación de los activos diferidos.....	212
Tabla VI-113: Estructura de costos y gastos	213
Tabla VI-114: Presupuesto de ingresos.....	214
Tabla VI-115: Balance de pérdidas y ganancias o estado de resultados	214
Tabla VI-116: Flujo de caja	215
Tabla VI-117: Relación beneficio costo.....	216
Tabla VI-118: Valor actual neto	217
Tabla VI-119: Tasa interna de retorno	217
Tabla VI-120: Tasa pasiva de entidades financieras.....	218
Tabla VI-121: Periodo de recuperación de capital	219
Tabla VI-122: Punto de equilibrio.....	219

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura VI-1. Mapa de ubicación de la Comunidad Kichwa Pañacocha.	35
Figura VI-2 Mapa de ubicación geográfica del Río Pañayaku	50
Figura VI-3 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna Charapa	55
Figura VI-4 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna La Golondrina.....	60
Figura VI-5 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna Pañacocha.....	65
Figura VI-6 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna Piwali.....	70
Figura VI-7 Mapa de ubicación geográfica del Bosque Protector Pañacocha	74
Figura VI-8 Mapa de ubicación geográfica de la Gastronomía.....	79
Figura VI-9 Mapa de ubicación geográfica del Pueblo Kichwa	84
Figura VI-10 Mapa de ubicación geográfica mingas Pueblo Kichwa	89
Figura VI-11 Mapa de ubicación geográfica fiestas comunales Pueblo Kichwa	96
Figura VI-12 Mapa de ubicación geográfica eventos deportivos Pueblo Kichwa	101
Figura VI-13 Mapa de ubicación geográfica artesanías Pueblo Kichwa	106
Figura VI-14 Mapa de ubicación geográfica Shamanismo Pueblo Kichwa.....	113
Figura VI-15 Mapa de ubicación geográfica música y danza Pueblo Kichwa	120
Figura VI-16. Mapa de ubicación de los atractivos turísticos de la Comunidad Kichwa Pañacocha.	128
Figura VI-17. Género de los potenciales clientes nacionales.	131
Figura VI-18. Edad de los potenciales clientes nacionales.	132
Figura VI-19. Procedencia de los potenciales clientes nacionales.....	133
Figura VI-20. Nivel de instrucción de los potenciales clientes nacionales.....	134
Figura VI-21. Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes nacionales.....	135
Figura VI-22. Actividades que desean realizar los potenciales clientes nacionales.....	136
Figura VI-23. Motivo de viaje de los potenciales clientes nacionales.	137
Figura VI-24. Con cuantas personas viaja de los potenciales clientes nacionales.	138

Figura VI-25. Gasto económico diario de los potenciales clientes nacionales.	139
Figura VI-26. Cantidad de días en un tour turístico de los potenciales clientes nacionales.....	140
Figura VI-27. Formas de pago por un tour turístico de los potenciales clientes nacionales.....	141
Figura VI-28. Medios de comunicación de los potenciales clientes nacionales.....	142
Figura VI-29. Género de los potenciales clientes extranjeros.	143
Figura VI-30. Edad de los potenciales clientes extranjeros.....	144
Figura VI-31. Procedencia de los potenciales clientes extranjeros.....	145
Figura VI-32. Nivel de instrucción de los potenciales clientes extranjeros.....	146
Figura VI-33. Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes extranjeros.	147
Figura VI-34. Actividades turísticas a realizar de los potenciales clientes extranjeros.	148
Figura VI-35. Motivos de viaje de los potenciales clientes extranjeros.....	149
Figura VI-36. Con cuantas personas viaja los potenciales clientes extranjeros.	150
Figura VI-37. Gasto diario de los potenciales clientes extranjeros.....	151
Figura VI-38. Cantidad de días que pasa en un tour turístico los potenciales clientes extranjeros.	152
Figura VI-39. Formas de pago de los potenciales clientes extranjeros.....	153
Figura VI-40. Medios de comunicación de los potenciales clientes extranjeros.....	154
Figura VI-41. Logotipo de la empresa turística.	159
Figura VI-42. Página web de la empresa turística.	164
Figura VI-43. Red social de la empresa turística.	164
Figura VI-44. Tríptico de la empresa turística.....	165
Figura VI-45. Souvenir de la empresa turística.	165
Figura VI-46. Macro localización de la comunidad Kichwa Pañacocha.....	170
Figura VI-47. Micro localización de la comunidad Kichwa Pañacocha	171
Figura VI-48. Diagrama de flujo de reservación vía telefónica de paquetes turísticos	186
Figura VI-49. Diagrama de flujo de reservación presencial de paquetes turísticos.....	187
Figura VI-50. Diagrama de flujo de desarrollo del tour turístico	188

Figura VI-51. Organigrama estructural	197
Figura VI-52. Organigrama funcional	198

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: Ficha de registro y levantamiento de atractivos turísticos.....	234
ANEXO N° 2: Rol de pagos.....	242
ANEXO N° 4: Encuesta en español.....	255
ANEXO N°5: Encuesta en ingles.....	256

I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO VIVENCIAL, EN LA COMUNIDAD KICHWA PAÑACocha, PARROQUIA PAÑACocha, CANTÓN SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con gran rapidez en el mundo. Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones del petróleo productos alimentarios o automóviles, ya que el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos económicos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de diversificación y de la competencia entre destinos (Organización Mundial del Turismo, 2016).

En el mundo se dio una tendencia el turismo “vivencial” que es una nueva y atractiva propuesta de turismo, permite a los turistas involucrarse en la vida de los campesinos, entablando una relación estrecha con los campesinos y artesanos, sus familias y comunidades, para apreciar de cerca sus labores cotidianas, sus costumbres y su forma de vida. (Pilar, 2008); ya sea ayudándolos en sus quehaceres diarios o compartiendo sus costumbres, el Turismo Vivencial provee experiencias difíciles de experimentar en el Turismo tradicional. Por otro lado, surte un efecto de solidaridad espontanea muy agradable, según (Castillo, 2010).

Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador (2013), (PLANDETUR 2020), propone un modelo de desarrollo del turismo sostenible basado en sus territorios y productos turísticos que permitan satisfacer las necesidades cambiantes de los segmentos de turistas actuales y potenciales aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad (pág. 32); además el Ecuador tiene la distinción debido a su riqueza natural y la gran diversidad cultural que posee, ya que cuenta con 51 áreas protegidas que representan aproximadamente el 20% del territorio nacional conservado. (Ministerio Del Medio Ambiente , s.f.); al igual forma en el ámbito cultural la Constitución ecuatoriana de 1998, supuso un paso significativo para enfocar la cuestión indígena al consagrar el pluralismo étnico ya que la República del Ecuador tiene un importante porcentaje de población indígena estimada entre un 35% y un 40% de la población nacional, agrupada en 14 nacionalidades y 18 grupos étnicos. (Estupiñán, 2013)

Por lo cual, en el Ecuador, lo que es el Oriente es uno de los principales destinos de este tipo de turismo, en especial por los viajeros extranjeros. Una muestra de ello es Yarina ecolodge una reserva ecológica de 600 hectáreas a orillas de Río Napo que anualmente recibe una gran cantidad de visitantes (80%) de Estados Unidos, Suiza, Alemania, Inglaterra y otras regiones del mundo. (Vidal, M. (2017); ya que el principal interés de estos turistas es conocer los saberes ancestrales y proteger los entornos naturales. Para estos turistas y los locales el ecolodge ofrece una amplia

propuesta de actividades, cada una basada en conectar al excursionista a la dinámica y costumbres ancestrales de las comunidades kichwas (Herrera, 2017).

La región amazónica tiene mucho que ofrecer en el ámbito del turismo, tanto por su diversidad natural como también la cultural ya que posee varios grupos étnicos que aún conservan sus manifestaciones y representaciones viviendo en contacto con la naturaleza, siendo importante ser transmitidos para que no desaparezcan. El establecer un producto de turismo vivencial en la comunidad Kichwa Pañacocha se podrá compartir conocimientos ancestrales a través de experiencias que puede vivir el turista, despertando así el interés del turista hacia la naturaleza y la cultura.

B. PROBLEMÁTICA

En la actualidad la actividad turística en la comunidad Kichwa Pañacocha es limitada ya que solo practican el cobro de entradas a cada uno de los atractivos a visitar y esto tiene repercusiones negativas en la generación de recursos económicos y la generación de empleo y a la vez que los atractivos naturales y culturales dejan de ser conservados, se deterioran y se pierden con el pasar del tiempo, por lo cual es importante mantener y conservar los saberes ancestrales de las culturas amazónicas y su biodiversidad natural a través de una oferta turística.

C. JUSTIFICACIÓN

La ley de Turismo del Ecuador en los siguientes artículos; Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos y el Art. 3.- Son principios de la actividad turística, literal e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Por lo tanto, el turismo sostenible en el Ecuador busca atender las necesidades de los turistas actuales como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (Calderón, 2009)

De acuerdo a la información proporcionada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Sucumbíos (GAD de Sucumbíos), los turistas que arriban a la comunidad lo hacen específicamente por su ubicación estratégica en la cuenca amazónica y también por su exuberante biodiversidad que se ve reflejada sobre todo en el área protegida: la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno. (GAD Sucumbíos, 2015)

Por lo cual una mala percepción de las características del territorio hace que la comunidad Kichwa Pañacocha maneje inadecuadamente sus recursos turísticos bajo un modelo de turismo, lo cual ha

traído como consecuencia un desaprovechamiento de la potencialidad del territorio para la elaboración de una oferta turística capaz de diferenciarse en un mercado regional competitivo. Es por eso que la presente investigación tiene como finalidad el diseño de un producto de turismo vivencial, ya que se constituye en el insumo de base para proyectar de forma adecuada las intervenciones que se pueden realizar en la zona con miras a que se integre y consolide un producto turístico que genere ingresos económicos para la población a la vez que conserve el patrimonio natural y cultural de la comunidad.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Diseño de un producto turístico vivencial, en la comunidad Kichwa Pañacocha, parroquia Pañacocha, cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Inventariar los atractivos turísticos de la Comunidad Kichwa Pañacocha, Parroquia Pañacocha, Cantón Shushufindi, Provincia de Sucumbíos.
2. Determinar la viabilidad comercial, operativa y organizacional del producto.
3. Analizar los impactos ambientales del producto.
4. Definir la viabilidad económica y financiera del producto.

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS NULA

El diseño de un producto turístico vivencial no contribuirá a la sostenibilidad de la comunidad Kichwa Pañacocha, parroquia Pañacocha, cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos.

B. HIPÓTESIS ALTERNANTE

El diseño de un producto turístico vivencial contribuirá a la sostenibilidad de la comunidad Kichwa Pañacocha, parroquia Pañacocha, cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. MARCO CONCEPTUAL

1. Diseño

Scott (1950), asegura que diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro; en cambio Reswch (1982), el diseño es una actividad creativa que supone la existencia de algo nuevo y útil sin existencia previa; Frascara (2000) comparte que el diseño es una actividad humana volitiva, una actividad abstracta que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores materiales y humanos, traducir lo invisible y visible, en definitiva, comunicar; Archer (1964), asegura que es (...) seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles.

2. Producto

Bonta & Farber (2003), el producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. (...); Marshall (2006), coincide que un producto es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad (pág. 372); al igual para Diccionario De Marketing De Cultural S A (1999), producto es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa (pág. 277); Walker , Stanton, & Etzel (2007), aseguran que el producto es como un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

3. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo, 2007); coincide con Oscar de la Torre Padilla (1980), definiendo que el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural; en cambio Cuenta Satélite De Turismo de México (2007), se refiere a las acciones que realizan los visitantes. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. Así, el turismo no puede ser definido independientemente de los visitantes (turistas) y las acciones realizadas por éstos, durante sus viajes. El turismo, visto como

una acción efectuada por turistas, representa una función de consumo que está relacionada con la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del visitante.

4. Vivencial

Organización Panamericana de la Salud (2016), añade que lo vivencial es aprender por medio del hacer. Es un proceso a través del cual los individuos construyen su propio conocimiento, adquieren habilidades y realzan sus valores, directamente desde la experiencia; coincide con Heckmeier & Michl (1993), el aprendizaje experiencial consiste en generar espacios que posibiliten la vivencia, que puedan ser sucedidos por momentos de reflexión para que dicha vivencia se convierta en experiencia. El aprendizaje es más efectivo cuando utiliza la participación activa de la persona. El Aprendizaje experiencial apunta no a enseñar conceptos, habilidades y valores, sino a ofrecer oportunidades individuales para “internalizar” ideas que provienen de la vivencia; en cambio para Definición Turística, el concepto de vivencia se emplea para nombrar a la experiencia que se adquiere a partir de una situación. Las vivencias son esas realidades que una persona vive y que, de alguna forma, la modifican.

5. Inventario

Hernán, (2012), define que el inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional; Frazier, (2000), añade que el inventario es una relación detallada, ordenada y valorada de los elementos que componen el patrimonio de una empresa o persona en un momento determinado. Antes, los inventarios se realizaban por medio físico.

6. Atractivo

Para el Ministerio de Comercio y Servicio de Colombia, (2010), el atractivo comprende factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrado de inmediato a los productos turísticos; y según Calderón (2009), añade que el atractivo se define como el conjunto de elementos materiales o inmateriales (...) para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita (...), en cambio para Diccionario(s.f.), se califica como atractivo, por lo tanto, a lo que tiene poder de atracción.

7. Viabilidad

Varela, (2001), define que el estudio de viabilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso; Sapag, (1995), añade que la viabilidad es la etapa más completa donde se profundiza el análisis de las variables del estudio anterior. Pretende evaluar una acción futura como capaz de realizarse teniendo en cuenta las posibles limitaciones que pudieran presentarse. Es importante el cálculo de las variables financieras y económicas, ya que deben ser lo suficientemente demostrativas para justificar la realización del proyecto (pág. 15); y

Blanco, (2007), determina que la viabilidad es el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión, en la fase de pre-inversión (...). Cada etapa permite obtener información para evaluar la pertinencia, sostenibilidad y viabilidad de una idea u oportunidad de negocio.

8. Estudio Comercial

Archive, (2014), determina que estudio comercial se define como los principios o caminos que una empresa toma para alcanzar sus metas comerciales, es decir, para llevar los productos al mercado sin que se pierdan en el tiempo a través del uso de marketing; Zambrana (2012), define al estudio comercial en 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; en cambio Ribeiro (2001), añade que el estudio comercial son relaciones intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados (pág. 99); y por último Veletanga (2012), define el estudio comercial diciendo que está orientada hacia el comercio exterior y la búsqueda de mercados en los ámbitos bilateral, multilateral y regional, sobre la base de acuerdos o tratados de libre comercio.

9. Operativo

Iglesias, (2015), definiría lo operativo como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos; coincide con los autores Arnoletto & Díaz (2010), que dicen que operativo es la que realiza el directivo hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas; en cambio Luque (1997) con un enfoque de marketing operativo, citado por Soriano (2007), se refiere a las actividades de organización de estrategias de venta y comunicación para dar a conocer a los posibles compradores particulares características de los productos a ofrecer.

10. Estudio técnico

Rosales, (2005), define al estudio técnico el cual 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. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita; por otra parte Sapag, (2008), determina que el estudio técnico no se realiza en forma aislada de los demás estudios existentes. El estudio de mercado definirá ciertas variables relativas a características del producto, demanda proyectada a través del tiempo, estacionalidad en las ventas, abastecimiento de materias primas y sistemas de comercialización adecuados, entre otras materias, dicha información deberá tomarse en cuenta al seleccionar el proceso productivo. El estudio legal podrá señalar ciertas restricciones a la localización del proyecto que podrían de alguna manera condicionar el tipo de proceso productivo. El estudio financiero por otra parte,

podrá ser determinante en la selección del proceso si en él se definiera la imposibilidad de obtener los recursos económicos suficientes para la adquisición de la tecnología más adecuada. En este caso, el estudio deberá tender a calcular la rentabilidad del proyecto, haciendo uso de la tecnología que está al alcance de los recursos disponibles.

11. Organizacional

Diaz de Quijano, (1993), determina que una organización son formaciones sociales complejas y plurales, compuestas por individuos y grupos, con límites relativamente fijos e identificables, que constituyen un sistema de roles, coordinado mediante un sistema de autoridad y de comunicación y articulado por un sistema de significados compartidos en orden a la integración del sistema y a la consecución de objetivos y fines; coinciden con el autor Simon, (1952), (...) diciendo que es un sistema de actividades interdependientes que abarcan por lo menos varios grupos primarios y generalmente caracterizados a nivel de la conciencia de los participantes por un alto grado de dirección del comportamiento hacia fines que son objeto de conocimiento común; en cambio para Mooney, (1947), el término organizacional se refiere a algo más que a la estructura del edificio. Se refiere a todo el cuerpo, con todas sus funciones correlativas. Se refiere a las funciones que van apareciendo en acción; y según León, (1985) una organización es el sentido más amplio, es un acuerdo entre personas, para cooperar en el desarrollo de alguna actividad (...) pág. 68.

12. Impactos

Bello, (2009), determina que el impacto está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o sean no deseadas. El impacto no se produce inmediatamente requiere tiempo para desarrollarse, tiempo durante el cual el número de factores que intervienen aumenta, hace más difícil la atribución de un cambio a un único factor.; por otra parte Couturejuzón, (2004), añade que el impacto es de un proceso docente- educativo se traduce en sus efectos sobre una población amplia: comunidad, claustro, entorno, estudiante, administración, identificando efectos científico - tecnológicos, económico - social - cultural - institucional, centrado en el mejoramiento profesional y humano del hombre y su superación social (pág. 5); y por último los autores Cruz , Gallego, & González, (2009), determinan que un impacto es la colisión o choque de un objeto sobre algo. Desde un punto de vista físico, para que haya un impacto es necesario que intervengan una serie de variables: velocidad, fuerza, aceleración o masa. Al mismo tiempo, hay algo que interviene en cualquier tipo de impacto: la acción de la gravedad.

13. Estudio Ambiental

Quadri, (2006), determina que el estudio ambiental se refiere a diversos factores y procesos biológicos, ecológicos, físicos y paisajísticos que, además de tener su propia dinámica natural, se entrelazan con las conductas del hombre. Estas interacciones pueden ser de tipo económico, político, social, cultural o con el entorno, y hoy en día son de gran interés para los gobiernos, las empresas, los individuos, los grupos sociales y para la comunidad internacional (pág. 22); en cambio la Legislación Ambiental, (1984), añade que el ambiente o medio ambiente, es un

conjunto de variables biológicas y físico-químicas que necesitan los organismos vivos, particularmente el ser humano, para vivir causando efectos tanto negativos y positivos sobre este medio; y por último para los autores Dehays, Pereiro, & Cabanillas, (2001), el concepto de un estudio ambiental no está completamente definido ni se ha precisado con exactitud todo lo que concierne, sin embargo, la expresión se remite a un conjunto de elementos del medio natural como la vegetación, la fauna, la tierra, el clima, el agua, y su interrelación y además la acción humana sobre ellos.

14. Estudio Económico

El economista inglés Marshall, (1842-1924), define a la economía como la ciencia que examina la parte de la actividad individual y social especialmente consagrada a alcanzar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar; coincide con los autores Fischer, Dornbusch, & Schmalensee, (1993), que definen la economía como el estudio de la forma en que las sociedades deciden que van a producir, como y para quien, con los recursos escasos y limitados. (pág. 3); por otra parte, Robbins, (2012), la economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar. Esta es la que se conoce como la definición subjetiva o marginalista de la economía; y por último los autores Norris & Charles, (2003), definen la economía como la rama de las ciencias sociales que estudia los procesos de producción y distribución y el carácter de los ingresos reales (pág. 13).

15. Estudio Financiero

Ortega, (2002), determina que lo financiero se define por las funciones y responsabilidades de los administradores financieros. Aunque los aspectos específicos varían entre organizaciones las funciones financieras clave son: La Inversión, el Financiamiento y las decisiones de dividendos de una organización. Los fondos son obtenidos de fuentes externas e internas de financiamiento y asignados a diferentes aplicaciones (...); coincide con el autor Montalv, (2002), que añade manifestando que la Administración Financiera trata principalmente del dinero, como la variable que ocupa la atención central de las organizaciones con fines de lucro. En este ámbito empresarial, la administración financiera estudia y analiza los problemas acerca de: La Inversión, el Financiamiento, la Administración de los Activos (...); en cambio Álvarez, (2004), define lo financiero que es parte de un sistema o proceso de información cuya misión es la de aportar datos que permitan conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro (...). (pág. 9); y por último Bodie & Merton, (1999), añaden que las finanzas estudian la forma en que las personas determinan a dónde irán sus recursos escasos a través del tiempo.

B. MARCOTEÓRICO

1. Diseño de producto turístico

OMT, (2016), el producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que conforman la experiencia turística del visitante y que satisfacen sus necesidades; por otra parte Muñoz, (2003), determina que 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 (pág. 18).

a. Componentes de un producto turístico

Un producto turístico se diseña sobre la base del sistema turístico que está conformado 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).

1) Paquete turístico

Cerna, (2011), determina que un paquete turístico que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, alimentación 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; Por otra parte Durazno (2009), es el conjunto de servicios adquiridos en un solo acto, prestados en base a un solo circuito pre-fabricado y que se ofrece al mercado a un precio global (pág. 11).

2) Elementos de un paquete turístico

Durazno, (2009), menciona que los elementos que constan en un paquete turístico son: (págs. 29-42).

- Nombre del paquete.
- Codificación (numeración).
- Duración (horas, días, noches).
- Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura, etc.
- Tiempo de actividades (inicio, duración).
- Itinerario y descripción de actividades (en orden de visita, listado de atractivos naturales y culturales).
- Dificultad (fácil, moderado y difícil).
- Servicios que se incluyen.

- Servicios que no se incluyen.
- Precio (por número de pasajeros).
- Observaciones.
- Mapa y fotografía.

2. Turismo vivencial

Los autores Aliaga, Cabrera, & Carvajal (2011), define el turismo vivencial como una experiencia integral que promueve el contacto con culturas vivas, la interacción del poblador local con el viajero, el compartir costumbres, festividades y actividades cotidianas, cualesquiera que fueran, que enfatiza la actividad turística como intercambio cultural. Los autores diferencian el turismo vivencial del turismo participativo que definen como la experiencia de inter-aprendizaje y convivencia entre campesinos y turistas, donde se enfatizan de manera especial las actividades productivas cotidianas y tradicionales, y que aporta a las poblaciones locales, como resultado de dicha actividad turística, un beneficio económico directo (pág. 19); coinciden con los autores Alapca, Willy, & Flores (2013), añadiendo que el turismo vivencial tiene como particularidad el convivir con familias que abren sus casas al visitante, mostrándole una forma de vida única en el mundo. Es un tipo de turismo más humano, un diálogo entre dos culturas diferentes que se juntan para intercambiar experiencias y modos de vida. Al viajero que busca estas experiencias exóticas, rurales o sencillamente diferentes a las de su habitual estilo de vida (pág. 3); por otra parte la Revista turismo comunitario naturaleza y cultura de los pueblos del Ecuador (2010), añade que el turismo vivencial es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

a. **Tipos de turismo**

La moderna segregación del turismo alternativo en sus formas de producto más o menos individualizadas nos conduce, paradójicamente, a la tipología que nada menos que en 1977, propone Smith, de las distintas formas de turismo definidas en términos de la clase de movilidad de tiempo libre que prefiera el turista. (págs. 20-23)

1) **Turismo étnico**

McIntosh (1986) (citado por Santana, 2003), añade que el turismo étnico es comercializado en términos de costumbres típicas y exóticas de pueblos indígenas. Actualmente entendido como el viaje con el propósito de observar las expresiones culturales y los estilos de vida de pueblos realmente exóticos (...) las actividades típicas en el destino pueden incluir visitas a hogares nativos, asistencia a danzas y ceremonias y la posibilidad de participar en rituales religiosos o, como lo refirió Van der Berghe, (citado por Santana, 2003), una búsqueda de lo étnicamente exótico en un ambiente no tocado, primitivo y auténtico, que implica la experiencia de primera mano con los practicantes de otras culturas.

2) **Turismo ambiental**

Su equivalente actual es el ecoturismo, que ha sido definido como viajes hacia áreas naturales relativamente poco alteradas o no contaminadas con el objeto específico de estudiar, admirar y disfrutar el paisaje, la flora, la fauna, al igual que las manifestaciones culturales (pasadas y presentes) características de esas áreas. (Santana, 2003)

3) **Turismo recreativo**

Resumido por la apetencia de sol, mar, arena y sexo e impulsado por lo bonito del destino y por el relax de lo natural. Entendido hoy como el nuevo turismo de masas, con demandas que combinan las clásicas y estereotipadas con aspectos culturales-patrimoniales y el ocio nocturno (discotecas, restauración, salas de juego, casinos, etc.). (Santana, 2003)

4) **Turismo cultural e histórico**

Abarcaba en el momento de construcción de la tipología desde lo pintoresco y el color local, los vestigios de una vida en proceso de extinción, hasta los circuitos de ruinas, monumentos y museos, pudiendo incluir ciudades o espacios donde se desarrollarán los acontecimientos a resaltar. El Internacional Council of Sites and Monuments (El ICOMOS) (citado por Santana, 2003), define el turismo cultural, siguiendo las directrices de la (OMT), como un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación.

3. **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. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (Ministerio de Turismo, 2017)

Durante el año 2017 el Ministerio de Turismo del Ecuador desarrolla una modificación metodológica para la elaboración del inventario, registro y jerarquización de atractivos turísticos, en el cual se identifican tres fases para el trabajo; levantamiento y registro, clasificación y jerarquización

a. **Levantamiento y registro de atractivos turísticos**

Selección, levantamiento, clasificación y registro de objetos, lugares, acontecimientos, fenómenos y otros elementos de interés turístico en el ámbito de estudio. Incluirá la recopilación

de información y procesamiento de datos. Para la ejecución de esta fase se registrará la información en un sistema de fichas que resume los datos de cada atractivo turístico.

b. Clasificación de los atractivos turísticos

La clasificación consiste en identificar la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo a inventariar.

La categoría: define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza; el tipo: son los elementos de características similares en una categoría; el subtipo: son los elementos que caracterizan los tipos. (Ministerio de turismo, 2017)

La clasificación de las categorías de los atractivos en esta metodología considera dos grupos: **SITIOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES**. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios Naturales se reconocen tipos: Montañas, Planicies, Desiertos Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas. Sub Tipos de sitios naturales: Alta montaña, Media Montaña, Baja Montaña, Llanura, Salitre, Valle, Meseta, Costero, Del interior, Lago, Laguna, Pantano, Poza, Humedal, Vado, Playa de laguna, Río, Riachuelo, Rápido, Cascada, Ribera, Playa de Río, Delta, Páramo, Ceja de Selva, Nublado, Montano bajo, Húmedo, Manglar, Seco, Petrificado, Manantial de Agua Mineral, Manantial de Agua Termal, Cueva o Caverna, Río Subterráneo, Flujo de lava, Tubo de lava, Escarpa de falla, Cañón, Quebrada, Playa, Acanilado, Golfo, Bahía, Ensenada, Canal, Estuario, Estero, Arrecife de coral, Cueva, Cráter, Isla Continental, Isla oceánica, Islote, Roca. (Ministerio de Turismo, 2017)

En la categoría de Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados. Sub Tipo de Manifestaciones Culturales: Histórica (Civil, Religiosa, Militar, Vernácula), Museos, Ciudad Histórica/Patrimonial, Área Histórica, Área Patrimonial/Arqueológica, Monumentos, Espacio Público, Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía), Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares, Artesanías y artes, Medicina ancestral, Ferias y mercados, Música y danza, Gastronomía, Obras de Ingeniería, Centros de exhibición de flora y fauna, Explotaciones agropecuarias y pesqueras, Explotaciones industriales, Eventos Artísticos, Convenciones, Ferias(no artesanales) y Congresos, Eventos deportivos, Eventos Gastronómicos. (Ministerio de Turismo 2017)

c. Criterios de evaluación para la jerarquización de los atractivos turísticos

Como base para la valoración de los atractivos turísticos, se identificará un conjunto de criterios que se aplicarán para la asignación de la jerarquía. El sustento de estos criterios tiene dos entradas de evaluación:

Primera los atributos del patrimonio natural o cultural y segunda el análisis de las implicaciones de la demanda real o potencial, con el objeto de reducir la subjetividad en el proceso calificativo de las variables de medición que son las siguientes:

- 1) Criterios relacionados con los atributos del sitio:
 - Accesibilidad
 - Conectividad
 - Servicios den sito
 - Operaciones recreacionales
 - Estado de conservación e integración del sitio / entorno

- 2) Criterios relacionados con la implicación de la demanda:
 - Tipo y afluencia de visitantes
 - Medios de información y promoción

Con la finalidad de afirmar los resultados de la aplicación de los indicadores, se procederá a asignar un factor de ponderación en función a su importancia turística para determinar la inclusión y aprovechamiento del recurso y su desarrollo turístico.

A continuación, se detalla los criterios de valoración evaluados y su peso de ponderación para lo que se aplicó la herramienta denominada “Matriz de Holmes”; siendo estos en la Tabla N° 1:

Tabla VI-1. Ponderación total de los criterios para sitios turísticos

PONDERACIÓN TOTAL DE LOS CRITERIOS		
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
	%	
A	ACCESIBILIDAD	15
	Determina la existencia de vías de comunicación y acceso al sitio con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia tiempo.	
B	CONECTIVIDAD	10
	Valora las opciones de complementariedad y conectividad con otros sitios. Destaca las posibilidades de organizar circuitos o rutas.	

C	SERVICIOS DE PAOYO Y COMPLEMENTARIOS	Registra las facilidades turísticas, equipamientos, la disponibilidad de servicios en el sitio, así como la viabilidad de dotaciones futuras.	10
D	OPCIONES RECREACIONALES	Constatación de las posibilidades de visita y de actividades recreativas que existen o puedan realizarse en el sitio turístico.	15
E	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO/ENTORNO	Estimación en la integridad de los atributos patrimoniales físicos-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	20
F	TIPO Y AFLUENCIA DE TURISTAS	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	20
G	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos relevancia y divulgación.	10
TOTAL			100%

Nota: Dirección y Planificación de Destinos Turísticos; (MINISTERIO DE TURISMO, 2017)

Elaborado por: Andres Rivadeneira

A continuación, se valoriza y jerarquiza los atractivos mediante un ejercicio comparativo basado en la ponderación y evaluación de los datos de cada atractivo desarrollando un ejercicio comparativo basado en la ponderación y evaluación de los datos de cada atractivo, con el objeto de determinar su importancia relativa en el ámbito nacional. (Ministerio de Turismo, 2017)

Esta fase de valoración y jerarquización constituye un proceso de aproximación sucesiva a la realidad de los atractivos turísticos, con el objeto de reducir el grado de subjetividad en la evaluación. Los rangos establecidos para determinar las jerarquías son los detallados en la Tabla N°.2

Tabla VI-2. Rangos para determinar las jerarquías de los atractivos turísticos

RANGOS %		JERARQUÍAS
76	100	IV
51	75	III
26	50	II
0	25	I
Recurso		

Nota: (Ministerio de Turismo, 2017)

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Cada jerarquía determina la condición en la que se encuentra el atractivo teniendo así en la siguiente Tabla. N° 3

Tabla VI-3: Descripción de cada Jerarquía

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por si 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 cuentan con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Nota: (Ministerio de Turismo, 2017)

Elaborado por: Andres Rivadeneira

4. 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. Zambrana, (2012)

a. Análisis de la demanda

Los autores Kotler & Lane (2009), determinan que la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago (pág. 54); y por otra parte Fisher (2004), añade que la demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado.

1) Estudio del mercado

Galicia (2010), determina que un estudio de mercado es el resultado del proceso de recogida, análisis e interpretación de información relativa al mercado objetivo de estudio. Los principales motivos para la realización de estudios de mercado son los siguientes: permitir comprender el mercado en el que vas a localizar tu actividad; por otra parte Malhotra (1997), definen que los estudios de mercado describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor (págs. 90-92); y por último Randall (2003), añade que la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing. (pág. 120)

2) Universo

Carrasco (2009), señala que universo es el conjunto de elementos –personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras- finitos e infinitos, a los pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación (pág 236); y en cambio los autores Walpole & Myers (1996), determinan que universo es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen algunas características definitivas. Ante la posibilidad de investigar el conjunto en su totalidad, se seleccionará un subconjunto al cual se denomina muestra (pág. 203).

3) Muestra

Briones (1995), determina que una muestra es representativa cuando reproduce las distribuciones y los valores de las diferentes características de la población, con márgenes de error calculables. Cuando una muestra cumple para sacar conclusiones se le llama representativa; por otra parte Murria (1995), añade que se llama muestra a una parte de la población a estudiar que sirve para representarla.

La muestra se calcula a través de la siguiente fórmula matemática para poblaciones finitas (Arias , 2006, pág. 81):

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

p= probabilidad de ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia

e= margen de error

z= constante de posibilidad de error

4) **Estratificación de la muestra**

Los autores Meriño & Lopez (2016), mencionan que la segmentación de mercado es un grupo es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e itinerante homogéneos; que coinciden con los autores Ciribeli & Miquelito (2015), que la estratificación divide y segmenta un mercado en grupos uniformes más pequeños, la segmentación de muchos mercados sociales se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que pueden influir en su comportamiento de compra.

La estratificación de la muestra se hizo en base a la siguiente fórmula:

$$f = \frac{n}{N}$$

Dónde:

f= factor de estratificación

n= muestra

N= universo

5) **Técnica**

Peñuelas (2008), define que las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas; y por otra parte Soriano R. (1996), señala que al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, recalca en lo siguiente: Que el volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema.

6) **Instrumento**

Los autores Stanton, Etzel, & Walker (2004), definen que una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente (pág. 212); y en cambio Sandhusen (2002), determina que las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo (pág. 229).

5. Viabilidad operativa

Neira (2016), define un estudio de viabilidad es la técnica que debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos que pueden utilizarse para producir un bien o servicio. El estudio deberá contener una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para el estado de operación del proyecto; coincide con el autor Rosales (2005), añadiendo que un 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. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita; y por último Baca (2010), añade que el estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

a. Componentes del estudio técnico

Baca (2010), determina que diferentes autores proponen de distinta manera los componentes esenciales que conforman el estudio técnico de un proyecto de inversión. A continuación, se detalla la estructura básica de la que está compuesto un estudio técnico.

- 1) Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- 2) Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- 3) Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
- 4) Identificación y descripción del proceso
- 5) Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto

A continuación, se da una descripción breve de los componentes del estudio técnico mencionados por Baca:

a) Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios). (Baca, 2010)

b) Determinación del tamaño óptimo de la planta

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Baca, 2010)

c) Ingeniería del proyecto

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. (Baca, 2010)

d) Organización de la organización humana y jurídica

Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. Además, la empresa, en caso de no estar constituida legalmente, deberá conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal. (Baca, 2010)

6. Viabilidad organizacional

Pabón (2013), determina que el objetivo de la viabilidad organizacional es analizar los criterios organizacionales de un proyecto, y los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación. Cada proyecto es único en la forma de presentar las características específicas de organización y procedimientos; por otra parte, Richard Daft (2007) añade que el diseño organizacional refleja la forma en que se implementan las metas y estrategias en la organización. Este diseño implica la administración y planificación estratégica que se pretende llevar a cabo para su ejecución y consolidación de las organizaciones (pág., 56).

a. Estructura y proceso organizacional

Daft, 2007, define que la estructura funcional en la actualidad tiene una tendencia hacia estructuras más horizontales y planas a causas del ambiente incierto. Muy pocas de las compañías exitosas de hoy pueden mantener una estructura estrictamente funcional. Las organizaciones complementan la jerarquía funcional vertical estableciendo enlaces horizontales, como ya se describió antes. Los gerentes mejoran, la coordinación horizontal empleando sistemas de información, contacto directo entre departamentos integradores de tiempo completo o gerentes de

proyectos de fuerzas de tareas o equipos. Las organizaciones no lucrativas también están reconociendo la importancia de los enlaces horizontales (pág. 216)

1) Estructura Divisional

Daft, 2007, determina que la estructura divisional, se usa como término genérico para lo que algunas veces se ha llamado estructura de productos o unidades de negocios estratégicos. Con esta estructura las divisiones se pueden organizar de acuerdo con productos, servicios, grupos de productos, grandes proyectos o programas, divisiones de negocios o centros de utilidades. La característica distintiva de una estructura es que el agrupamiento se basa en los productos de la organización (pág. 217).

2) Estructura Matricial

Daft, 2007, define que la estructura matricial es la interdependencia recíproca de entre departamentos precisa una comunicación y coordinación sustancialmente mayores de lo que se necesita en la interdependencia agrupada. De manera que la organización debe diseñarse para estimular el flujo de información, tanto en la dirección vertical u horizontal estos son necesario para alcanzar las tareas globales de la organización (pág. 448).

b. Elementos del diseño organizacional

1) Dirección estratégica

La Dirección Estratégica en la organización es la base fundamental, ya que permite tomar decisiones, y a la vez ejecutar las mismas para de esta forma estar bajo un soporte técnico y administrativo sobre los cambios que se den en el entorno empresarial, el direccionamiento estratégico está dado tanto en las grandes y pequeñas empresas que constantemente enfrentan cambios, haciendo más relevantes la competencia que existe en un determinado nicho de mercado. (Daft, 2007)

1.1) Misión

La misión organizacional consiste en centrarse de lo que realmente es la empresa teniendo en cuenta los valores predeterminados para garantizar la estabilidad de la empresa.

1.2) Visión

Es una representación administrativa, comercial que se proyecta la empresa basado en los objetivos futuros que se pretenden alcanzar significativamente, enfatizando el entorno actual y posición competitiva posteriormente.

1.3) Valores

Los valores que se reflejan en la empresa por cada uno de los colaboradores son aquellos que le dan forma al manejo organizacional en cuanto al cumplimiento de sus labores, amoldándolos de acuerdo a la actividad de la empresa obteniendo mejores resultados que revaloricen la imagen institucional ante la sociedad en que se encuentra establecida la empresa.

1.4) Estrategias

Son herramientas administrativas que se utilizan en beneficio de la organización o empresa, sobre las acciones que se ejecutan en el ámbito competitivo de las mismas dándole un soporte de bienestar y supervivencia en el mercado en el que se desarrollan las empresas, estas estrategias son implantadas dependiendo de la actividad comercial que realizan, y de lugar donde está ubicada la misma enfocándose en la productividad que ésta origine en el entorno.

c. Fundamentos del diseño organizacional

1) Estructura organizacional

La estructura organizacional representa las relaciones internas de la organización dependiendo de la disposición de todos los recursos involucrando la capacidad administrativa con la cual se está manejando. (Daft, 2007)

2) Orgánico funcional

Daft (2007), determina que en la actualidad hay una tendencia hacia estructuras más horizontales y planas a causa del ambiente incierto. Muy pocas de las compañías exitosas de hoy pueden mantener una estructura estrictamente funcional (pág. 216).

3) Políticas organizacionales

Es la orientación que promueve la organización a través del desarrollo de sus funciones en ellas se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de trabajo en la organización, las políticas son ejes, lineamientos generales que sirven de guía para orientar las acciones de las empresas para la consecución de los objetivos. (Daft, 2007)

4) Disponibilidad de recursos

Toda empresa posee la disponibilidad de los recursos para poner en práctica la actividad comercial en el mercado. Esto genera la participación en el entorno ya que existe una base legal, financiera, y administrativa, que propicie la existencia de la misma, la disponibilidad de recursos depende del interés de crecimiento y desarrollo organizacional de las empresas. En cuanto a la

disponibilidad de los recursos están los siguientes: Recursos humanos, Recursos materiales, Recursos financieros, Recursos técnicos, Recursos tecnológico. (Daft, 2007)

5) Marco Legal

La normativa legal de las empresas de Turismo está dada por las siguientes instituciones; Empresas privadas o públicas, Constitución del Ecuador, Ley orgánica de economía popular y solidaria, Súper Intendencias de compañías, Servicios de Rentas Internas, ley de Régimen Municipio, Bomberos, Ministerio de Salud Publico y Ministerio de Turismo Cámara de turismo, quienes rigen las actividades de la empresas dedicadas al servicio turístico Para poder ejercer las actividades turísticas de manera legal, se sugiere la posibilidad de que se constituya bajo una figura legal, la misma que debería ser una personería jurídica. (Daft, 2007)

7. Viabilidad ambiental

Getto, (2010), determina que el estudio de impacto ambiental EIA es un documento que describe pormenorizadamente las características de un proyecto o actividad que se pretende realizar o modificar. Un estudio de impacto ambiental debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción, identificación, e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las acciones que ejecutará para impedir o minimizar sus efectos significativamente adversos; por otra parte, Tierra (2006), añade que es la alteración que se produce en el ambiente cuando se lleva a cabo un proyecto o una actividad. Las obras públicas como la construcción de una carretera, un pantano o un puerto deportivo; las ciudades; las industrias; una zona de recreo para pasear por el campo o hacer escalada; una granja o un campo de cultivo; cualquier actividad de estas tiene un impacto sobre el medio; y reiteradamente Tierra (2006), añade que la alteración no siempre es negativa. Puede ser favorable o desfavorable para el medio. En los impactos ambientales hay que tener en cuenta:

- **Signo:** si es positivo y sirve para mejorar el medio ambiente o si es negativo y degrada la zona.
- **Intensidad:** según la destrucción del ambiente sea total, alta, media o baja.
- **Extensión:** según afecte a un lugar muy concreto y se llama puntual, o a una zona algo mayor -parcial-, o a una gran parte del medio -impacto extremo- o a todo -total-. Hay impactos de ubicación crítica: como puede ser un vertido en un río poco antes de una toma de agua para consumo humano: será un impacto puntual, pero en un lugar crítico.
- **Momento** en que se manifiesta y así distinguimos impacto latente que se manifiesta al cabo del tiempo, como puede ser el caso de la contaminación de un suelo como consecuencia de que se vayan acumulando pesticidas u otros productos químicos, poco a poco, en ese lugar. Otros impactos son inmediatos o a corto plazo y algunos son críticos como puede ser ruido por la noche, cerca de un hospital.
- **Persistencia.** Se dice que es fugaz si dura menos de 1 año; si dura de 1 a 3 años es temporal y pertinaz si dura de 4 a diez años. Si es para siempre sería permanente.

- **Recuperación.** Según sea más o menos fácil de reparar distinguimos irreversibles, reversibles, mitigables, recuperables, etc.
- **Suma de efectos:** A veces la alteración final causada por un conjunto de impactos es mayor que la suma de todos los individuales y se habla de efecto sinérgico. Así, por ejemplo, dos carreteras de montaña, pueden tener cada una su impacto, pero si luego se hace un tercer tramo que, aunque sea corto, une las dos y sirve para enlazar dos zonas antes alejadas, el efecto conjunto puede ser que aumente mucho el tráfico por el conjunto de las tres. Eso sería un efecto sinérgico.
- **Periodicidad.** Distinguimos si el impacto es continuo como una cantera, por ejemplo; o discontinuo como una industria que, de vez en cuando, desprende sustancias contaminantes o periódico o irregular como los incendios forestales.

a. **Evaluación de Impacto Ambiental (EIA)**

Antes de empezar determinadas obras públicas o proyectos o actividades que pueden producir impactos importantes en el ambiente, la legislación obliga a hacer una Evaluación del Impacto Ambiental que producirán si se llevan a cabo. La finalidad de la EIA es identificar, predecir e interpretar los impactos que esa actividad producirá si es ejecutada. Los pasos a dar para hacer una EIA son:

1) **Estudio de Impacto Ambiental (EsIA)**

Para hacer una EIA primero hace falta un Estudio de Impacto Ambiental que es el documento que hacen los técnicos identificando los impactos, la posibilidad de corregirlos, los efectos que producirán, etc. Debe ser lo más objetivo posible, sin interpretaciones ni valoraciones, sino recogiendo datos. Es un estudio multidisciplinar por lo que tiene que fijarse en cómo afectará al clima, suelo, agua; conocer la naturaleza que se va a ver afectada: plantas, animales, ecosistemas; los valores culturales o históricos, etc.; analizar la legislación que afecta al proyecto; ver cómo afectará a las actividades humanas: agricultura, vistas, empleo, calidad de vida, etc.

2) **Declaración de Impacto Ambiental (DIA)**

La Declaración de Impacto Ambiental la hacen los organismos o autoridades medioambientales a las que corresponde el tema después de analizar el Estudio de Impacto Ambiental y las alegaciones, objeciones o comentarios que el público en general o las instituciones consultadas hayan hecho. La base para la DIA es el Estudio técnico, pero ese estudio debe estar disponible durante un tiempo de consulta pública para que toda persona o institución interesada lo conozca y presente al organismo correspondiente sus objeciones o comentarios, si lo desea. Después, con todo este material decide la conveniencia o no de hacer la actividad estudiada y determina las condiciones y medidas que se deben tomar para proteger adecuadamente el ambiente y los recursos naturales.

b. Tipos de Evaluaciones de Impacto Ambiental.

La legislación pide estudios más o menos detallados según sea la actividad que se va a realizar. No es lo mismo la instalación de un bar que una pequeña empresa o un gran embalse o una central nuclear. Por eso se distinguen:

- **Informes medioambientales** que se unen a los proyectos y son simplemente indicadores de la incidencia ambiental con las medidas correctoras que se podrían tomar.
- **Evaluación preliminar** que incorpora una primera valoración de impactos que sirve para decidir si es necesaria una valoración más detallada de los impactos de esa actividad o es suficiente con este estudio más superficial.
- **Evaluación simplificada** que es un estudio de profundidad media sobre los impactos ambientales.
- **Evaluación detallada** en la que se profundiza porque la actividad que se está estudiando es de gran envergadura.

c. Metodologías de Evaluación del Impacto Ambiental

Un Estudio de Impacto Ambiental analiza un sistema complejo, con muchos factores distintos y con fenómenos que son muy difíciles de cuantificar. ¿Cómo fijar objetivamente el impacto que una presa tiene sobre las aves o sobre el paisaje? O ¿Cómo concretar en números el impacto de una carretera que pasa por un monumento histórico o por un ecosistema de especial interés? Para hacer estos estudios hay varios métodos y se usan unos u otros según la actividad de que se trate, el organismo que las haga o el que las exija. Como ejemplo de uno de los métodos que se emplean en estos trabajos analizamos la llamada "matriz de Leopold" que fue el primer método utilizado para hacer estos estudios, en 1971, por el Servicio Geológico de los Estados Unidos.

Este sistema utiliza un cuadro de doble entrada (matriz). En las columnas pone las acciones humanas que pueden alterar el sistema y en las filas las características del medio que pueden ser alteradas. En el modelo original hay 100 acciones y 88 factores ambientales, aunque no todos se utilizan en todos los casos.

Cuando se comienza el estudio se tiene la matriz sin rellenar las cuadrículas. Se va mirando una a una las cuadrículas situadas bajo cada acción propuesta y se ve si puede causar impacto en el factor ambiental correspondiente. Si es así, se hace una diagonal. Cuando se ha completado la matriz se vuelve a cada una de las cuadrículas con diagonal y se pone a la izquierda un número de 1 a 10 que indica la magnitud del impacto. 10 la máxima y 1 la mínima (el 0 no vale). Con un + si el impacto es positivo y - si negativo. En la parte inferior derecha se califica de 1 a 10 la importancia del impacto, es decir si es regional o solo local.

Las sumas de columnas y filas permiten hacer posteriormente los comentarios que acompañan al estudio Echarri, (2010).

8. Viabilidad económica financiera

El Plan económico y financiero, (2006), determina que la viabilidad financiera consiste en evaluar la situación económico-financiera actual de la empresa y proyectar su futuro. En definitiva, enjuiciar la gestión empresarial de la unidad económica para predecir su evolución futura y poder tomar decisiones con la menor incertidumbre. Por otra parte, Sobrero (2009), define que en el estudio de la viabilidad financiera se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación (...).

a. Estudio económico financiero

1) Depreciación

Hernández, (2013), define la depreciación se conceptúa como “el importe del costo de adquisición del activo depreciable, menos su valor de desecho, entre los años correspondientes a su vida útil o su vida económica; en cambio los autores Horngren & Harrison (2008), añaden que es una asignación del costo de un activo de planta a gastos durante su vida útil.

Formula: (Valor del activo-valor de desecho) /años de vida útil.

2) La amortización

Zambrana, (2011), defiende que es la distribución metodológica del costo actualizado del activo intangible entre sus años de vida útil estimados; por otra parte los autores Gitman y Zutter (2006), explican que el término amortización de préstamos se refiere a la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo (p.179).

Fórmula amortización lineal:

$$C = (V_o - V_r) / n$$

V_r: Valor residual

V_o: Valor inicial

n: años

C: cuota de amortización

3) Estructura de costos y gastos

Los autores Ortíz & Rivero, (2006), determinan que la estructuración de costos y gastos es un proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costos y los gastos, basado en las prioridades estratégicas y operativas de la organización; en cambio Martínez (2013), añade que la estructura de costos y gastos en la elaboración y puesta en el mercado de cualquier producto,

obedece a una serie de factores que determinan el valor inicial de dicho producto, es decir todo lo que se gasta para que sea posible que llegue a los usuarios.

4) Punto de equilibrio

Padilla, (2008), define el punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida; por otra parte, Padilla (2017), el punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa.

$$\text{Formula: Punto de Equilibrio Global} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

5) Estado de pérdidas y ganancias

Jauregui, (2012), define el Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener; en cambio Flores (2008), añade que el estado de pérdidas y ganancias se mide el desempeño de un negocio durante un lapso determinado generalmente un trimestre o un año. La ecuación con que se obtiene es la siguiente: Ingresos - Gastos = Utilidades

6) Flujo de caja

Moreno, (2010), determina que el Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc.; por otra parte Zambrana (2011), añade que el flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

$$\text{Formula: Flujo de caja} = \text{Beneficios netos} + \text{Amortizaciones} + \text{Provisiones}$$

7) **Relación beneficio costo (RBC)**

Los autores Jácome & Carvache (2017), determinan que el análisis costo beneficio es una técnica utilizada para evaluar proyectos de inversión que consiste en comparar los costos asociados a la realización de un proyecto versus los beneficios financieros que producirá el proyecto (pág. 4); en cambio Didier (2010), añade que la relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Formula:
$$\frac{\text{Sumatoria de ingresos descontados} + \text{valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de Egresos descontados} + \text{inversiones descontadas}}$$

8) **Valor actual neto (VAN)**

Escobar, (2014), determina que el Valor Actual Neto (VAN) 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. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN); que coincide con Urbano (2017), añadiendo que el VAN o Valor Actual Neto, se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa.

Formula:
$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de ingresos descontados} - \text{sumatoria de desembolsos descontados}$$

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

Eletí, (2014), define al TIR diciendo que es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0; en cambio Urbano (2017), determina que el TIR o la tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que nos permite que el BNA sea como mínimo igual a la inversión.

Formula:
$$\text{TIR} = i + 1 \left(i_1 - i_2 \right) \frac{\text{VAN 1}}{\text{VAN 1} - \text{VAN 2}}$$

10) **Periodo de recuperación de capital (PRC)**

Riquelme, (2008), determina que el periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión; por otra parte, Didier, (2010), añade que el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la

liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Formula: $PRC = a + \{(b-c) / d\}$

C. MARCO CONTEXTUAL

1. Willoq: Un caso de turismo vivencial.

a. Cusco, destino turístico

A pesar de que el Perú cuenta con una diversidad de recursos turísticos –históricos, paisajísticos, ecológicos, entre otros– Cusco, el centro administrativo del famoso Imperio de los Incas, sigue siendo el destino turístico más importante del país. Ubicado en la zona sur de los Andes peruanos, en sierra y ceja de selva, ofrece al visitante un asombroso conjunto de restos arqueológicos que no cesan de descubrirse (el último de ellos, Choquequirao), así como el legado de su proceso de mestizaje con lo hispano, que en lo cultural y religioso se traduce en valiosas piezas de arte (pintura, escultura, entre otras), una notable arquitectura y un folclor que causan admiración. De su pasado prehispánico quedan zonas arqueológicas no menos admirables. Entre las más conocidas están las cercanas Sacsayhuaman, Tambomachay, Kenco y Puca-Pucara, también las del llamado Valle Sagrado, como Ollantaytambo, Písac y Chinchero. No obstante, el mayor atractivo es la ciudadela de Machu Picchu, también llamada la Ciudad Perdida de los Incas. Hace algunos años, la excursión a pie, desde el Cusco hasta Machu Picchu siguiendo el Camino Inca, se ha convertido en uno de los mayores atractivos de los amantes del turismo de aventura.

b. La comunidad de Willoq

Willoq es una comunidad campesina perteneciente al distrito de Ollantaytambo, provincia de Urubamba, departamento del Cusco. Está ubicada a 17 km subiendo a lo largo de la cuenca del río Patacancha, a una altura de 3 400 m.s.n.m. Desde que se empieza el ascenso, el turista se siente transportado a otra dimensión, a un mundo diferente preservado del tiempo, cual si estuviera en la época de la floreciente cultura incaica. El sol ilumina los cerros y los sembríos de papa, habas verdes, maíz, oca, quinua, tarhui, todos irrigados por las cristalinas aguas que vienen desde el pantanal de Yauricunca, ubicado en la parte alta de la comunidad. Asombra la riqueza de flora y fauna: 60 especies de aves y más de 700 especies de plantas.

Lo que más impresiona, según Abarca (2005). Es la gente, la cultura viva, expresada en cada rostro. La tradición impregna todas las tareas y actividades; desde el niño inquieto hasta el adulto maduro, los pobladores han sabido practicar y conservar las sabias técnicas del cultivo de la tierra. Las diestras mujeres dominan el tejido en telar y confeccionan sus vestimentas.

Aproximadamente a inicios de los años ochenta, los wayruros de Willoq comenzaron a trabajar como porteadores del Camino Inca. El pago por el servicio que prestan es convenido previamente y depende de la agencia de viajes y de la temporada. En muchas ocasiones, cuando la demanda

de portadores disminuye, estos tienen que bajar sus precios obligados por la falta de empleo. Un aspecto que no puede dejar de mencionarse es que al tener a Willoq como uno de sus productos turísticos más atractivos, Peruvian Odyssey debe cumplir con los acuerdos tomados con la población en cuanto a los pagos. Si no se les pagara a los portadores al término de la caminata, la siguiente visita a Willoq estaría condicionada a la deuda pendiente. Por ello, podemos observar que los pobladores deben estar involucrados en el desarrollo de nuevos destinos turísticos.

c. Estructura organizacional de la comunidad de Willoq

La dirigencia de la comunidad de Willoq está organizada en una junta directiva formada por: presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y fiscal. La junta directiva es la encargada de tomar las decisiones en aquello que concierna a la comunidad y de solucionar los problemas que puedan afectarla. Sólo los varones pueden formar la junta directiva. El presidente actual para el periodo 2005-2006 es Crisóstomo Sinchi Puma. La comunidad de Willoq también tiene alcaldes y regidores. El alcalde llamado de derecha representa a la parte baja de la comunidad, la principal. Antonio Echame ejerce este cargo actualmente. El alcalde llamado de izquierda representa a la parte alta de la comunidad (alrededores). Mario Medina ejerce este cargo actualmente. Los alcaldes se encargan de coordinar las festividades, visitar otras comunidades y organizar las asambleas generales. Cada uno de ellos tiene seis regidores, quienes pueden ser niños desde 4 años de edad hasta jóvenes de 18 años de edad. Las mujeres de la comunidad también tienen su junta directiva. En la estructura del gobierno de la comunidad se incluye a los niños, porque estos no mienten; el brazo derecho del presidente tiene que ser un niño. Se organizan para tratar temas referidos a sus tejidos (combinación de colores, diseños, entre otros aspectos).

d. Consecuencias del turismo vivencial en Willoq

1) Beneficios en Willoq

Puede decirse que la relación establecida entre empresa y comunidad ha ido muy ventajosa en este caso. Peruvian Odyssey brinda ayuda a la comunidad de Willoq en tres aspectos fundamentales: salud, educación y cultura.

Salud: En salud, se desarrollan campañas de prevención y atención (curación) de enfermedades comunes y temporales: infecto contagiosas propias de los niños, como la sarna y la pediculosis (piojos), e infecciones broncopulmonares, por ejemplo.

Las visitas se realizan dos veces por año con la participación de médicos y enfermeras, quienes llevan todo el equipamiento necesario. También se dan charlas de orientación a los niños sobre temas de higiene y salud y la empresa entrega una dotación de medicinas básicas para la implementación del botiquín escolar.

Educación: En cuanto a la educación, uno de los principales problemas de la comunidad era la falta de personal docente, por lo que la empresa ha contratado y paga a un profesor desde hace más de cinco años para que se haga cargo del aula multigrado del centro educativo San Juan Bautista de la Salle N.º 50617. Para complementar esta labor, Peruvian Odyssey entrega a los niños materiales didácticos correspondientes a diferentes grados, útiles escolares y artículos deportivos.

Cultura: Peruvian Odyssey es consciente de la pérdida de los valores culturales que viene sufriendo la comunidad de Willoq, por lo que desarrolla diversas actividades con el fin de revalorar lo tradicional.

En Willoq se está promoviendo la confección de sombreros y monteras, prendas que hacen tan especial al poblador de la zona. Estas prendas han estado siendo reemplazadas por gorras y sombreros modernos, completamente extraños a la vestimenta de los wayruros. En la comunidad no había personas que supieran confeccionar sombreros, por lo que la agencia, en coordinación con las autoridades comunales, organizó talleres de confección de estos artículos, tanto para autoconsumo como para su venta en las ferias dominicales.

2) Problemas evidenciados en Willoq

Los mayores logros de Peruvian Odyssey han sido en el aspecto de la salud. Se ha reducido significativamente el porcentaje de niños que padecen de sarna o piojera; estas enfermedades prácticamente han sido controladas. Sin embargo, las campañas de prevención continúan para evitar cualquier rebrote.

En el campo educativo, se sigue proporcionando útiles, libros y cuadernos, y eventualmente se contrata profesores para el desarrollo de actividades específicas, como música, artesanía, elaboración de sombreros, entre otras. El aspecto cultural ofrece puntos críticos y discutibles, pues Willoq ha cambiado su forma de vida. Ahora la principal actividad es el turismo, tanto para los porteadores como para las mujeres tejedoras, lo que poco a poco ha causado que los lugareños descuiden sus cotidianas labores agrícolas. Su dependencia del turismo es grande y también lo es del apoyo permanente de las agencias de viajes, situación que hace vulnerable a la comunidad frente a un eventual cambio desfavorable para la actividad turística.

La globalización, la interrelación con los turistas y su vínculo con el mercado están occidentalizando a Willoq; será una tarea difícil mantener la tradicional forma de vida de los lugareños. La televisión y la radio han ingresado a sus viviendas y los efectos negativos de estos medios de comunicación se dejan sentir sobre todo en los niños, que buscan imitar todo lo que ven.

2. Turismo vivencial en Ecuador: Sustentable, posible.

En un reportaje realizado por un diario argentino, llamada “Los Andes” el 23 de abril del 2017, hablan sobre Yunguilla, que es una comunidad que se animó a hacer un cambio a favor de la sustentabilidad y que lo muestra a los visitantes.

a. Proceso de cambio

La comunidad de Yunguilla empezó su proceso de cambio hace 22 años cuando 18 habitantes se involucraron en un proyecto de conservación en el lugar. Hasta entonces se había dedicado a la deforestación y había una fuerte dependencia económica sobre el carbón y la madera.

A lo largo de los años se sumaron muchos otros habitantes y de esta manera empezaron diferentes proyectos sostenibles. Actualmente los visitantes pueden apreciar un plan integral que incluye a

toda la comunidad en áreas como el turismo de convivencia, la recuperación de los paisajes, la producción local de frutas para hacer mermeladas, de leche para hacer quesos y de artesanías.

Los habitantes dan la bienvenida e invitan a conocer bosques nublados, senderos precolombinos, flora y fauna. Pero también la transformación de mentalidades y actividades, las familias y los hermosos hogares.

Ofrecemos tours de 1 día para los que cuentan con poco tiempo, pero también hay opciones para sentir el calor humano de su gente conviviendo con familias en la comunidad y hasta programas de voluntariado y pasantías para los visitantes que quieren aprender más sobre nuestro estilo de vida y trabajo”, invita Katie Granger, una de las lugareñas.

b. Opciones de tours en Yunguilla.

Los prestadores locales ofrecen un tour de Educación Ambiental que toma una jornada, es decir que se puede hacer perfectamente durante un viaje a Quito, aunque la estadía sea de pocos días.

Entre las actividades previstas vale mencionar el conteo de biodiversidad, la identificación de plantas medicinales de la zona, las caminatas por el bosque nublado, el encuentro con la comunidad, y visita a las actividades productivas. Vale agregar que también están previstos juegos y dinámicas ecológicas.

El almuerzo es a base de productos de la zona. Por supuesto que son producidos localmente e incluye bastantes granos y tubérculos como ocas, mellocos, papas y zanahoria blanca. Abundan sopas y platos tradicionales como locros, caldos de gallina de campo, morocho de leche, choclos, etc. Precio: U\$S 18.

El tour Convivencia en la comunidad, por su parte, toma dos días. En este caso también hay tiempo para la observación de aves, la participación en huertos orgánicos y fincas familiares, además de lo antes mencionado. También se prevé una visita al mirador del Chochal -a más de 3.000 metros sobre el nivel del mar- y una caminata por el sendero de los Culuncos. Precio: U\$S 75.

El Tour Aventura en el bosque nublado, también es de dos días. Además de todas las actividades vivenciales, se incluyen paseos a los volcanes Pichincha, Cayambe, Cotacachi, Antisana y Pululahua. Precio: U\$S 90.

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La presente investigación se realizó en la comunidad Kichwa Pañacocha, Parroquia Pañacocha, Cantón Shushufindi, Provincia de Sucumbíos.

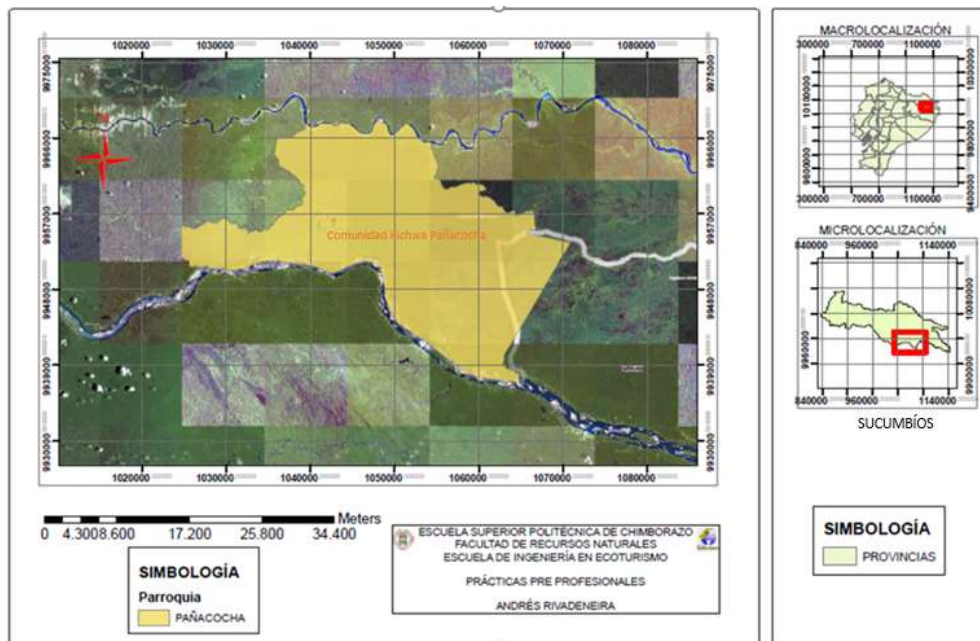


Figura VI-1. Mapa de ubicación de la Comunidad Kichwa Pañacocha.

Nota: (Comuna Kichwa Pañacocha, 2015)

Elaborado por: Andres Rivadeneira

2. Ubicación geográfica

Tabla VI-4: Ubicación geográfica de la comunidad Kichwa Pañacocha, Parroquia Pañacocha, Cantón Shushufindi.

UTM – ZONA 18 S, Datum WGS84	
Latitud	0°25'44.6"S
Longitud	76°05'54.9"W
Altitud	250 m.s.n.m

Nota: (Comuna Kichwa Pañacocha, 2015)

Elaborado por: Andres Rivadeneira

3. Límites

- **Al norte:** Reserva de Producción Faunística Cuyabeno.
- **Al sur:** Comunidad Chonta Urku.
- **Al este:** Bosque protector Pañacocha.
- **Al oeste:** Rio Napo.

4. Clasificación ecológica

El sistema de clasificación de ecosistemas del Ecuador continental del Ministerio del Ambiente establece que la comunidad Pañacocha contiene varias zonas de vida debido a sus características ecológicas, siendo éstas:

Bosque inundable de la llanura aluvial de los ríos de origen amazónico, Bosque pantanoso de la llanura aluvial de la Amazonía, Bosque siempre verde montano bajo del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes. Ministerio de Ambiente, (2008).

5. Características climáticas

La zona objeto del presente análisis desarrolla sus actividades en una zona climática de características de selva tropical, con una temperatura media sobre los 24°C, con abundante presencia de precipitaciones durante la estación lluviosa, superior a los 4.000 mm, llegando a registrarse lluvias hasta los 5.500 mm, como acontecen las zonas cercanas a las riberas de los ríos Aguarico y Napo; estas lluvias son uniformes, es decir se distribuyen bien durante todos los meses de año. (GAD Shushufindi, 2015)

6. Características del suelo

Los suelos del Cantón Shushufindi y su distribución geográfica presentan criterios diferenciadores o propiedades particulares referentes a un material de origen morfológico, propiedades físicas y químicas, así como características climáticas y de relieve.

De esta manera en Shushufindi se encuentran los siguientes conjuntos de suelos en el ámbito de unidades simples o compuestas: Conjunto de Suelos S1; S1-R Clasificación Taxonómica TROPORTHENTS, Conjunto de Suelos “D” Clasificación Taxonómica (Entic o Lithic) CRYANDEPTS y/o DISTRANDEPTS + TROPORTHENTS, Conjunto de suelos Tipo D5 Clasificación Taxonómica (Lithic) CRYANDEPTS y/o HYDRANDEPTS, Conjuntos de Suelos “F” (F3a;F3b;F3c)-(F4a;F4b) Clasificación Taxonómica (Oxic y Typic) DYSTROPEPTS, Conjunto de Suelos “T” Clasificación Taxonómica TROPOFIBRISTS. (GAD Shushufindi, 2010)

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

Libreta de apuntes, esferos, portaminas, minas, corrector, borrador, hojas de papel bond, carpetas, estilete, CDs, Baterías, tinta de impresora.

2. Equipos

Computadora, impresora, copiadora, cámara digital, GPS, memoria USB.

C. METODOLOGÍA

Para esta investigación se aplicó técnicas de investigación bibliográfica (secundaria) y de campo (primaria), usando los métodos exploratorio, descriptivo y analítico. A continuación, se muestra el proceso metodológico que se utilizara para el desarrollo de la investigación.

1. Para el desarrollo del inventario de atractivos turísticos se lo realizó de manera participativa con los directivos y socios de la Comunidad mediante reuniones generales, para lo cual en primera instancia se solicitará el permiso correspondiente a la comunidad para desarrollar talleres de identificación de atractivos y posteriormente el acompañamiento para las salidas de campo para el levantamiento de información geo-referenciada y de descripción de las características generales de los atractivos.

El inventario de atractivos turísticos se lo desarrolló bajo la metodología del Ministerio de turismo 2017 (ANEXO1), se la realizó en 3 etapas; levantamiento y registro, clasificación y valoración y jerarquización de atractivos turísticos; y se organizará en dos fases que son las siguientes:

a. Fase I: Levantamiento y registro de atractivos turísticos

En esta primera fase una vez identificados con la población los atractivos turísticos de la comunidad, se realizó salidas de campo hacia los sitios de interés turístico de tipo natural, en el caso de los atractivos culturales se mantuvo entrevistas con la población para recopilar datos relacionados con la cultura: manifestaciones y representaciones. La información tanto de tipo natural como cultural se registrará en el sistema de fichas de levantamiento y registro que resumen los datos de cada uno de los atractivos turísticos de acuerdo al siguiente detalle:

- Clasificación
- Recopilación de información secundaria

- Levantamiento de información primaria
- Registro y procesamiento de datos
- Elaboración del catálogo preliminar en la ficha de registro

b. Fase II. Valoración y Jerarquización de los atractivos turísticos

En esta fase se realizará la evaluación del atractivo turístico para determinar su jerarquía y por consiguiente la importancia relativa en el ámbito nacional, el proceso de jerarquización considera cuatro categorías, clasificando los atractivos de acuerdo al puntaje que alcanzarán en función de la Tabla N° 2.

2. Para cumplir con la viabilidad comercial, operativa y organizacional del producto se realizará el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio administrativo legal.

Para realizar el estudio de mercado, según la metodología de Muñoz, (2012) se van a seguir los siguientes pasos:

- a. Descripción del producto
- b. Estudio de la demanda
 - 1) Segmentación del mercado
 - 2) Determinación de fuentes de información
 - 3) Determinación del método de proyección de la demanda

a. En caso de contar con información histórica

Si existe información estadística de por lo menos cinco años atrás, sobre los potenciales clientes y el consumo del producto que se desea poner en el mercado, puede emplear como métodos de proyección: la media aritmética, mínimos cuadrados.

b. En caso de no tener información histórica

De no existir información estadística es necesario realizar una investigación de campo, para lo cual en base a la segmentación de mercado y de perfil de sus clientes, se debe establecer el universo de estudio.

- i. Universo
- ii. Muestra
- iii. Estratificación
- iv. Instrumento de investigación según la técnica
- v. Descripción del perfil del potencial cliente

- vi. Proyección de la demanda con la información recolectada en campo
 - c. Estudio de la competencia
 - d. Confrontación de demanda vs competencia
 - e. Proyección de la demanda y de la oferta turística
 - f. Proyección de los consumidores, de los bienes y servicios demandados
 - g. Derivación del mercado
 - h. Determinación del precio del producto
 - i. Canales de distribución
 - j. Estrategias de promoción
 - k. Cargos y funciones del área comercial
 - l. Determinación de inversiones y gastos del área comercial

Para realizar el estudio técnico, según la metodología de Muñoz (2014), se deben seguir los siguientes pasos:

- a. Determinación del tamaño de la empresa
- b. Capacidad del proyecto
- c. Proyección de los consumidores y del consumo aparente de los bienes y servicios en función de la capacidad del proyecto
- d. Derivación de la capacidad del proyecto en base al consumo aparente y en función de la capacidad del proyecto
- e. Determinación de la localización del proyecto
- f. Proceso de producción del producto
 - 1) Flujograma de producción
 - 2) Requerimiento de activos fijos
 - 3) Servicios básicos y mantenimiento
 - 4) Mantenimiento
 - 5) Materia prima, insumos y combustibles
 - 6) Diseño técnico
 - 7) Requerimiento del talento humano
 - 8) Programa pre-operativo

Para realizar el estudio administrativo y legal, según la metodología de Muñoz (2014), se debe seguir los siguientes pasos:

- a. Organización de la empresa (definición de áreas)
 - 1) Área administrativa
 - 2) Área productiva
 - 3) Área comercial
 - 4) Área financiera
 - 5) Área ambiental
- b. Organigrama de la empresa
- c. Proceso de selección y contratación del talento humano
- d. Marco legal

3. Para determinar la viabilidad ambiental se utilizará la matriz de Leopold con la cual se evaluará el grado de impacto ambiental que podría causar en los componentes ambientales, la implementación del producto turístico.

De acuerdo a los resultados se propondrán acciones que servirán para reducir los impactos negativos que se pueden generar en el fruto de la actividad turística.

4. Para determinar la viabilidad económica y financiera se realizará un estudio económico y financiero, para lo cual se tomará en cuenta los costos de inversiones del proyecto, para lo cual se considerará lo siguiente.
- a. Análisis de inversiones
 - b. Cálculo de pago de la deuda
 - c. Cálculo de depreciaciones de activos fijos
 - d. Determinación de amortizaciones en activos fijos diferidos
 - e. Estructuración de costos y gastos
 - f. Determinar el presupuesto de ingresos
 - g. Cálculo de estado de resultados

Con la información anterior se puede determinar el flujo de caja para obtener una visión de la liquidez del proyecto, la cual sirve de base para calcular la rentabilidad del mismo, determinando la RCB (Razón-Costo-Beneficio), VAN (Valor Neto Actual), TIR (Tasa Interna de Retorno) y PRC (Periodo de Recuperación de Capital)

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$\text{VAN} = \text{Sumatoria de ingresos descontados} - \text{sumatoria de desembolsos descontados}$

$$\text{RCB} = \frac{\text{Sumatoria de ingresos descontados} + \text{valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de Egresos descontados} + \text{inversiones descontadas}}$$

$$\text{TIR} = i + 1 (i1 - i2) \frac{\text{VAN 1}}{\text{VAN 1} - \text{VAN 2}}$$

$$\text{PRC} = a + \{(b-c) / d\}$$

VII. RESULTADOS

A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD KICHWA PAÑACOCCHA

1. Componente biofísico – ambiental

1) Relieve

Generalmente la forma de relieve más sobresaliente del territorio de la comunidad Pañacocha, es plano bien drenado con pendientes entre 0-5 %; con un porcentaje del 52,10%. Se extienden sobre superficies bajas y ocupan el 52,10% del área de estudio que son (16.300 ha).

El territorio de la parroquia Pañacocha en su configuración física tiene una gran cantidad de relieve plano que permite realizar las actividades agropecuarias y forestales de forma adecuada, los suelos son ricos en material orgánica, Parroquia Rural Pañacocha , (2014).

En general la geología que presenta el territorio se muestra de forma homogénea, lo que es propio de la selva baja, en donde la sedimentación paulatina ha ocurrido casi ininterrumpidamente a través de los drenajes dirigidos hacia el Este a lo largo de períodos geológicos, donde en la actualidad solo afloran las formaciones aluviales del cuaternario y está cubierta por suelos residuales en las áreas emergidas y por los depósitos palustres en las áreas inundadas permanentemente o que pasan inundadas la mayor parte del año. Son producto de la deposición de materiales detríticos, gravas, arenas y limos depositados por los ríos, presentan una permeabilidad intragranular alta. (GAD Shushufindi, 2015)

b. Uso actual del suelo

El suelo del territorio se encuentra en la actualidad constituido por áreas de bosques y vegetación, teniendo como único sector de asentamiento humano la comunidad. Aquí además la vocación de uso del suelo es netamente dirigida a la agricultura por ser un territorio rico en minerales y sobre todo con agua, lo que genera productos de zonas subtropicales. (GAD Shushufindi, 2015)

Las riberas de los ríos son tierras generalmente arcillosas con alta plasticidad lo que dificulta los asentamientos de infraestructura. El río Napo arrastra grandes cantidades de áridos finos lo que produce en ciertos meses del año el cambio brusco de las riveras generando playas a lo largo de estas. En épocas de invierno la crecida de los ríos inunda a estos sectores y dificulta la producción especialmente agrícola, Parroquia Rural Pañacocha , (2014).

Esta aquí también la riqueza mineral referida al petróleo, siendo la comunidad Pañacocha uno de los sectores de explotación petrolera del Cantón de Shushufindi, que se ha incorporado en la última década; donde esta actividad ayuda al desarrollo de esta parroquia y comunidades a la prestación de servicios e infraestructura. (GAD Sucumbíos, 2015)

Los Histosoles, Suelos dominados por materiales orgánicos. La mayoría tiene una densidad aparente baja. Están saturados con agua y tienen una capacidad de retención de humedad extremadamente alta, se forman en condiciones húmedas o frías. Entisoles, los menos desarrollados presentan el perfil del suelo ya que son suelos jóvenes desarrollados sobre material parental no consolidado, Parroquia Rural Pañacocha , (2014).

c. Clima

La zona objeto del presente análisis desarrolla sus actividades en una zona climática de características de selva tropical, piso climático tropical lluvioso, con una temperatura media sobre los 24°C, con abundante presencia de precipitaciones durante la estación lluviosa, superior a los 4.000 mm, llegando a registrarse lluvias hasta los 5.500 mm presentando una humedad del 86%, como acontecen las zonas cercanas a las riberas de los ríos Aguarico y Napo; estas lluvias son uniformes, es decir se distribuyen bien durante todos los meses de año, Parroquia Rural Pañacocha , (2014).

d. Hidrología

En la comunidad existen los siguientes ríos: río Napo, el río Pañayaku, río Baqueroyaku.

En los meses de diciembre a febrero, se observa un periodo con menor humedad, sin representar el periodo seco definido. El periodo de abril a agosto son meses con exceso de agua que supera ampliamente a la evapotranspiración. Sin embargo, el déficit hídrico anual de esta zona no supera los 30mm. En los meses de marzo y noviembre, existe un equilibrio en el balance hídrico, Parroquia Rural Pañacocha , (2014).

Por su configuración altamente dendrítica, existe disposición de gran cantidad de recurso hídrico aprovechable bajo adecuadas normas de manejo. Calidad de Agua El crecimiento de la población, sobre todo en áreas urbanas impone una demanda cada vez mayor sobre los recursos hídricos, además dicha demanda aumenta por que el uso por habitante también se incrementa además se eleva la exigencia de agua de calidad. El suministro de agua potable o segura para la población, (GAD Shushufindi, 2015).

e. Especies de flora y fauna

La Reserva de Producción Faunística Cuyabeno se encuentra situada en la Provincia de Sucumbíos, en el noreste de la Región Amazónica de Ecuador. Su área es de 6.033,8 km². Es uno de los lugares más biodiversos del planeta junto con el Parque Nacional Yasuní.

Se trata de un lugar con una gran biodiversidad, hogar de una de las más grandes concentraciones de vida salvaje, tanto en flora como en fauna. Un complejo sistema de formaciones lluviosas, 13 lagunas, ríos y un bosque tropical que hacen de las 603.000 hectáreas un récord en cuanto a los más altos niveles de biodiversidad en el mundo.

El Cuyabeno tiene más de 550 especies diferentes de aves, en cuanto a mamíferos, se han registrado de 173 especies, 60 especies de orquídeas, más de 350 especies de peces; una gran variedad de reptiles como las anacondas, caimanes y tortugas de río, se estiman en 12.000 las especies de plantas encontradas dentro de la reserva, se han registrado más de 100 de anfibios, más de 43 de las cuales corresponden exclusivamente a ranas arborícolas.

La Reserva también es hogar de especies raras, como el mítico delfín rosado de río, el águila arpía de la región, con su apertura de alas de 8 pies.

Ya que la Reserva del Cuyabeno pertenece al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, muy pocos Operadores de Turismo están calificados para trabajar en esta zona. Esta es una razón por la que no se encuentran muchos turistas visitando el área, así que se puede disfrutar la naturaleza y sus magníficos sonidos como también el Saimiri Sciureus, mono común en la reserva de producción faunística Cuyabeno, (SNAP).

f. Problemas ambientales

Desde hace algunos años el cantón Shushufindi es el centro de operaciones de uno de los mayores yacimientos de petróleo y de gas natural en el Ecuador. El primero en particular, a más de ser de buena calidad (crudo liviano), significa en volumen de extracción el 33% de la actividad hidrocarburífera nacional. Igualmente, la extracción de gas natural en Shushufindi representa el 41% de la total nacional. Las actividades petroleras ocupan actualmente con infraestructura diversa un área de 197,72 ha, distribuidas 24,35 ha en Pañacocha. (GAD Shushufindi, 2015)

En la comunidad es necesario el adecuado manejo de desechos sólidos y líquidos, ciertos residuos son incinerados y otros depositados en las quebradas, causando daños en el ambiente y el ecosistema. Se emplean insumos químicos para el control de plagas, enfermedades y malezas (fungicidas, insecticidas y herbicidas) afectando principalmente las fuentes de agua usadas indistintamente en actividades agrícolas, Parroquia Rural Pañacocha, (2014).

Esta aquí también la riqueza mineral referida al petróleo, siendo la comunidad Pañacocha uno de los sectores de explotación petrolera del Cantón de Shushufindi, que se ha incorporado en la última década; sin embargo, no existen sectores poblados ni asentamientos alrededor, además estas explotaciones petroleras no han causado un impacto ambiental referido a la contaminación del territorio de estos que generen preocupación sobre el impacto al ambiente y la prestación de servicios e infraestructura, (GAD Shushufindi, 2015).

2. Componente Socio-Cultural

1) Etnicidad y población

De acuerdo a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2010 y corroborado por el PDOT 2015 de la parroquia Pañacocha, la población total de la comunidad Kichwa Pañacocha es 276 la cual la es representada por el 64,5% de población Kichwa y el 35,5% por la población mestiza. (INEC)

2) Población por rango de edad

Tabla VI-5: rango de edad

Grupos de edad	Sexo	
	Hombre	Mujer
0 – 14	11%	9%
15- 64	37%	25%
65 - a más	8 %	10%
Total %	56%	44%

Nota: Investigación de campo comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

3) Estructura familiar

La estructura familiar de la comunidad Kichwa Pañacocha como son los jefes de familia: representada en hombres como jefes de familia con del 86,4% y el 13,6 que son mujeres jefas de familia y su familia se complementa con de 4 a 6 hijos.

4) Población económicamente activa

Es evidente que la comunidad Kichwa Pañacocha siendo su gente no cuenta con trabajo y empleo garantizado por la falta de personal técnico apropiado para laborar en dichas empresas; nos damos cuenta que el 85% de los habitantes de la comunidad se dedican exclusivamente a la actividad agrícola, ganadera, silvicultura y pesca y el 15% se dedica al trabajo artesanal que lo realizan en pequeña magnitud por la falta de técnicas apropiadas en el sector, todos los productos están dedicados exclusivamente para el consumo interno y la comercialización del mismo.

5) Educación

La disponibilidad de la institución educativa del “Milenio Pedro Vicente Maldonado” en la cabecera parroquial Pañacocha con una oferta escolar pre-primaria, primaria, ciclo básico y bachillerato incluido de habla hispana con jornada matutina y una unidad educativa bilingüe “Terere” con oferta escolar pre-primaria, primaria y ciclo básico.

6) Salud

La comunidad cuenta con un subcentro de salud, con una infraestructura optima en la cabecera parroquial, que brinda atención médica, dental, obstétrica y de enfermería.

g. Idioma

En la comunidad Kichwa Pañacocha se utiliza el habla hispana y el Kichwa como lengua nativa.

h. Practicas ancestrales

En la comunidad se realizan las actividades de mingas, el presta manos, la construcción de viviendas, la siembra.

i. Vestimenta

La vestimenta de la población Kichwa está comprendida para los hombres en: camisa de tela manga corta de distinto color, pantalón de tela, botas de caucho y para la mujer está comprendida en: blusa con diferente bordado y de varios colores, falda hasta la rodilla y sandalias o botas de caucho y también existe la vestimenta mestiza.

j. Calendario festivo

Tabla VI-6: Festividades

Fecha	Celebración
Febrero	Carnaval
Marzo	Semana santa
Abril 30	Parroquialización
Mayo	Día de la madre
Junio 01	Día del niño
Julio	Día del padre
Noviembre 2	Finados
Diciembre 24	Pase del niño
Diciembre 31	Fin de año

Nota: Investigación de campo comunidad Kichwa Pañacochoa

Elaborado por: Andres Rivadeneira

k. Gastronomía

Los antiguos pobladores consumían los productos como: maíz, café, cacao, plátano verde, yuca, etc. En la actualidad tenemos grandes variedades de platos típicos: el Maito de pescado, el Maito de chontacuro, el pincho de chontacuro, mazamorra de bagre, caldo de bagre, caldo de gallina, chicha de yuca, chicha de chonta etc. La chicha de yuca es una bebida típica que se bebe en actos como fiestas, mingas, reuniones o en una visita domiciliaria.

l. Expresiones artísticas

1) Música

La comunidad Kichwa entona canticos en su idioma acompañados de los sonidos de la flauta, el tambor o la guitarra.

2) Danza

Los Kichwa de la comunidad danzan las canciones interpretadas por ellos en ocasiones como fiestas, bautizos, ceremonias y danzas agradeciendo a la madre naturaleza o alguna deida.

3) Juegos tradicionales

Los juegos tradicionales son una de las diversas manifestaciones, revelando la unión y la alegría. Uno de estos son los campeonatos de futbol masculino e indor femenino que se realizan meses antes de las fiestas de la comunidad o parroquia, donde se enfrentan a diversas comunidades intentando obtener el primer puesto.

4) Artesanías

Una de estas son los collares que son elaborados con piola de nailon tejido con semillas de árboles como el wairuru, ojo de venado o pepa de San Pedro.

m. Patrimonio intangible

1) Rituales

Rituales de curación realizados por el shaman de la comunidad, quitando enfermedades como el mal viento, mal de ojo. Donde el shaman con plantas medicinales como bebida o frotando en el cuerpo, el shaman espanta los malos espíritus que intentan apoderarse de la persona.

2) Migración

La población de la comunidad Kichwa Pañacocha presenta migración en un 3% dentro del país, ciudades como Coca, Shushufindi, Lago agrio, Tena, Puyo, quienes han migrado por motivos de trabajo.

3. Componente económico

a. Tipos de ingresos económicos

La población económicamente activa se divide por segmento de ocupación en la siguiente tabla.

Tabla VI-7: Fuentes de ingresos económicos

Fuentes de ingresos económicos familiares	Porcentaje
Agropecuaria	65%
Turismo	15%
Petrolera	10%
Empresa pública	5%
Empresa privada	5%
Artesanías	5%
TOTAL	100%

Nota: Investigación de campo comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

b. Potencial turístico

En la comunidad Kichwa Pañacocha se realizó una evaluación del potencial turístico por atractivo y en conjunto que se resume en la siguiente tabla:

Tabla VI-8: Resumen del IPT de la Comunidad Kichwa Pañacocha

RECURSOS	RÍO PAÑAY AKU	LAGUN A CHARA PA	LAGU NA GOLO NDRI NA	LAGU NA PAÑA COCH A	LAGUN A PIWALI	BOSQUE PROTECTO R PAÑACOC HA	GASTRO NOMÍA TÍPICA	PUEBL O KICHW A	MINGA S	FIESTAS COMUNA LES	EVENE TOS DEPOR TIVOS	ARTESAN ÍAS	SHAMANI SMO	MÚSICA Y DANZA
PARÁMETROS														
AC	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
CN	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
SS	1	1	1	4	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4
OR	3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
ES	4	5	5	5	4	4	2	2	5	5	5	3	3	3
TV	3	3	3	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4
MP	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
DR	2	1	1	4	2	5	3	3	2	2	2	2	2	2
TOTAL	23	21	21	32	24	32	22	20	28	28	28	26	26	26
IPT	Medio alto 0,51	Medio alto 0,47	Medio alto 0,47	Muy alto 0,82	Medio alto 0,51	Alto 0,71	Medio alto 0,49	Medio alto 0,44	Alto 0,62	Alto 0,62	Alto 0,62	Medio alto 0,58	Medio alto 0,58	Medio alto 0,58
MEDIDA TOTAL	Alto 0,65													

Nota: Prácticas pre-profesionales en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira 2017

4. Componente asentamiento humano

Pero hoy en la actualidad se encuentran las casas Kichwa situadas a lo largo de la comunidad y también se encuentran los de la construcción del Proyecto Estratégico Ciudad del Milenio que ha permitido que la población crezca ya que la ciudad cuenta con los servicios básicos; solo con el inconveniente que no existe la institución se haga a cargo del mantenimiento de la misma, el Gobierno Parroquial está luchando por que esta competencia pase a las manos del GAD de Shushufindi para que así se designe recursos para su mantenimiento.

5. Componente movilidad, energía y conectividad

A continuación, se resumen en la siguiente tabla:

Tabla VI-9: Movilidad, energía y conectividad

Accesibilidad a servicios			
Servicios básicos	Cobertura	Déficit	Calidad
Viviendas con abastecimiento de agua por tubería en su interior	26%	74%	Baja ya que la extensión de su territorio es amplia, las comunidades son dispersas.
Viviendas con eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado	10,7%	89,30%	Baja, ya que no existe tratamiento de aguas servidas para reincorporarlas a los cursos de agua.
Vivienda con servicio de energía eléctrica	60%	40%	Buena ya que el servicio es por medio de un generador y paneles solares
Telefonía	30%	70%	Baja, varias zonas no tienen cobertura telefónica móvil.
Eliminación de basura carro recolector	15%	85%	Baja el gobierno municipal no asigna.
Transporte	95%	5%	En la comunidad de Pañacocha, se dispone como único medio de transporte, es el

fluvial a través de los ríos que pertenecen a las cuencas del Napo mediante el uso de canoas, gabarras y deslizadores.

Nota: Investigación de campo comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

6. Componente político institucional

Existen autoridades dentro de la comunidad que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla VI-10: Organización política institucional

Nombre	Cargo
Pacifico Noteno	Presidente
José Tapuy	Vice presidente
Mónica Noteno	Tesorera
Cesar Rivadeneira	Secretario
Abel Astudillo	Logística
Melesio Sanmiguel	Capitán de cocina y deportes

Nota: (Comunidad Kichwa Pañacocha , 2018)

Elaborado por: Andres Rivadeneira

a. **Apoyo interinstitucional a la comunidad Kichwa Pañacocha**

La comunidad mantiene relaciones de cooperación con muchas instituciones gubernamentales y no gubernamentales que han estado presentes para el desarrollo comunitario.

Tabla VI-11: Apoyo institucional

Nombre de la institución u organización	Acción que desempeña
GAD Parroquia Rural Pañacocha	velar el cumplimiento de los servicios que necesitan las comunidades
MAGAP-INIAP-MIPRO	Entrega de balanceados, sales, vitaminas, entrega de plantas, vacunación de ganado.
Ministerio del interior	Velar por la seguridad de la población
MSP	Brindar atenciones medicas
Distrito de educación	Brindar educación de calidad
MIES	Programa de aliméntate Ecuador, capacitaciones, bienestar social.
EP-Petro-amazonas	Convenios por extracción de petróleo
Fundaciones	Apoyo para el desarrollo comunitario

Elaborado por: Andres Rivadeneira

B. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. Río Pañayaku

Tabla VI-12: Río Pañayaku


1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 001							
21	04	52	AN	05	01	02	001
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: RÍO PAÑAYAKU							
1.6 Categoría: ATRACTIVOS_NATURALES							
1.7 Tipo: RÍOS							
1.8 Subtipo: RÍO							
							
Foto N°.1 vista del Río Pañayaku				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-2 Mapa de ubicación geográfica del Río Pañayaku

1.9 Descripción del atractivo

El atractivo se encuentra al noreste de la parroquia Pañacocha a 5 minutos en canoa.

El atractivo tiene una extensión de 50 km de longitud y una profundidad máxima de 3.50 m y hasta 8m de ancho, donde se disfruta de sus aguas tranquilas, el color de las aguas es oscura por la descomposición de la materia orgánica, se disfruta de una hermosa vista de la selva amazónica que lo rodea y de su variada flora como Orden: Pinales; *Cedrus (cedro)*, Familia: *Rubiaceae*; *C. decorticans*; *Spruce (Capirona)*, *chontilla* y fauna Familia: *Cerylidae*; *Chloroceryle amazona (Martin pescador amazónico)*, Familia: *Psittacidae*; *A. amazonica*; (*lora amazónica*), Familia: *Anhingidae*; *Anhinga (pato aguja)*, Familia: *Felidae*; *Panthera onca (jaguar)*, Familia: *Felidae*; *Leopardus tigrinus (tigrillo)*, Familia: *Callitrichidae*; *Cebuella pygmaea (mono leoncito)*, además se puede disfrutar de los diferentes sonidos producidos por la fauna existente mientras se recorre en la canoa.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°25'55.8"S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
2.6 Longitud: 76°06'23.7" W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM

4.3 Hora de salida: 17:00PM

4.4 Atención: Todos los días

4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año

4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

5.1 Tipo de acceso: ACUATICO

5.1.1 Estado de la vía: S/I

5.2 Transporte: FLUVIAL

5.2.1 Frecuencia de transporte: TODOS LOS DÍAS

5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
<p>Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.</p>		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	1	0:05:00
<p>Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda</p>		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS						
6.1 Servicios						
6.1.1 Alojamiento: ninguna						
6.1.2 Alimentación: ninguna						
6.1.3 AV y TO: ninguna						
6.1.4 Intermediación: ninguna						
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.						
6.1.6 Guianza: ninguna						
<p>Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.</p>						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:						
6.2.4 De servicios:	GARITA GUARDIA	1	Comunidad Kichwa Pañacocha	0°25'53"	76°6'23"	Mala
6.3 Complementarios						
Ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:	
7.1 Atractivo	
7.1.1 Estado: Conservado	
7.1.2 Causas: Ya que el ingreso de personas es mínimo y además es con fines de turismo responsable	
7.2. Entorno	
7.2.1 Estado: Conservado	
7.2.2 Causas: Son áreas destinadas a la conservación por la comunidad.	
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural	

El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
Ninguna
7.5 Amenazas naturales
Ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: ninguna
8.2 Energía eléctrica: ninguna
8.3 Alcantarillado: ninguna
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Basura enterrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Guardia
Observaciones: Guardias comuneros que se encuentran en la entrada del atractivo y además se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
Cuenta con políticas de regulación y control establecidos en Manual de conservación y Plan de Manejo Ambiental Integral Pañacocha Estos dos instrumentos legales son manejados integralmente por la Comunidad Kichwa Pañacocha y se establecen políticas para la conservación de la biodiversidad.

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: Kayak de Río Paseo en Panga / Bote / Lancha Pesca Deportiva
10.2 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO																																																																				
11.1 Tipo: Local																																																																				
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído																																																																				
11.3 Asociación con otros atractivos:																																																																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th rowspan="2">Nombre del atractivo</th> <th rowspan="2">Distancia (km)</th> <th rowspan="2">Tiempo (aprox)</th> <th colspan="2">Coordenadas</th> </tr> <tr> <th>Latitud</th> <th>Longitud</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>Laguna Charapa</td> <td>2</td> <td>0:20:00</td> <td>0°24'15.3"S</td> <td>76°07'44.6" W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Laguna La Golondrina</td> <td>2.3</td> <td>0:25:00</td> <td>0°24'00.6"S</td> <td>76°07'40.2"W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Laguna Pañacocha</td> <td>2.5</td> <td>0:30:00</td> <td>0°23'44.8S</td> <td>76°07'39.5"W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Laguna Piwali</td> <td>3.5</td> <td>0:40:00</td> <td>0°23'54.3"S</td> <td>76°08'37.7"W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Bosque Protector Pañacocha</td> <td>1</td> <td>0:10:00</td> <td>0°23'38.5"S</td> <td>76°07'28.3"W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Gastronomía</td> <td>0</td> <td>0:00:00</td> <td>0°23'38.5"S</td> <td>76°05'54.4W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Minga</td> <td>0</td> <td>0:00:00</td> <td>0°23'38.5"S</td> <td>76°05'54.4W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Pueblo Kichwa</td> <td>0</td> <td>0:00:00</td> <td>0°23'38.5"S</td> <td>76°05'54.4W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Fiesta Comunal</td> <td>0</td> <td>0:00:00</td> <td>0°23'38.5"S</td> <td>76°05'54.4W</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Eventos Deportivos</td> <td>0</td> <td>0:00:00</td> <td>0°23'38.5"S</td> <td>76°05'54.4W</td> </tr> </tbody> </table>		Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas		Latitud	Longitud		Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W		Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W		Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W		Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W		Bosque Protector Pañacocha	1	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W		Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W		Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W		Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W		Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W		Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
					Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas																																																												
	Latitud	Longitud																																																																		
	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W																																																															
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W																																																															
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W																																																															
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W																																																															
	Bosque Protector Pañacocha	1	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W																																																															
	Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W																																																															
	Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W																																																															
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W																																																															
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W																																																															
	Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W																																																															

Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	4
	Facilidades en el entorno	2
	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	
	Energía	
	Alcantarillado	
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Seguridad	2
	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	5
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	3
	Actividades en atractivos culturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,6
	Nacional	1,1
	Extranjera	1,1
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		45,8


15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

2. Laguna Charapa

Tabla VI-13: Laguna Charapa

1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 002							
21	04	52	AN	04	02	02	002
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: LAGUNA CHARAPA							
1.6 Categoría: ATRACTIVOS_NATURALES							
1.7 Tipo: AMBIENTES_LACUSTRES							
1.8 Subtipo: LAGUNA							
							
Foto N°.2 vista de la Laguna Charapa				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			

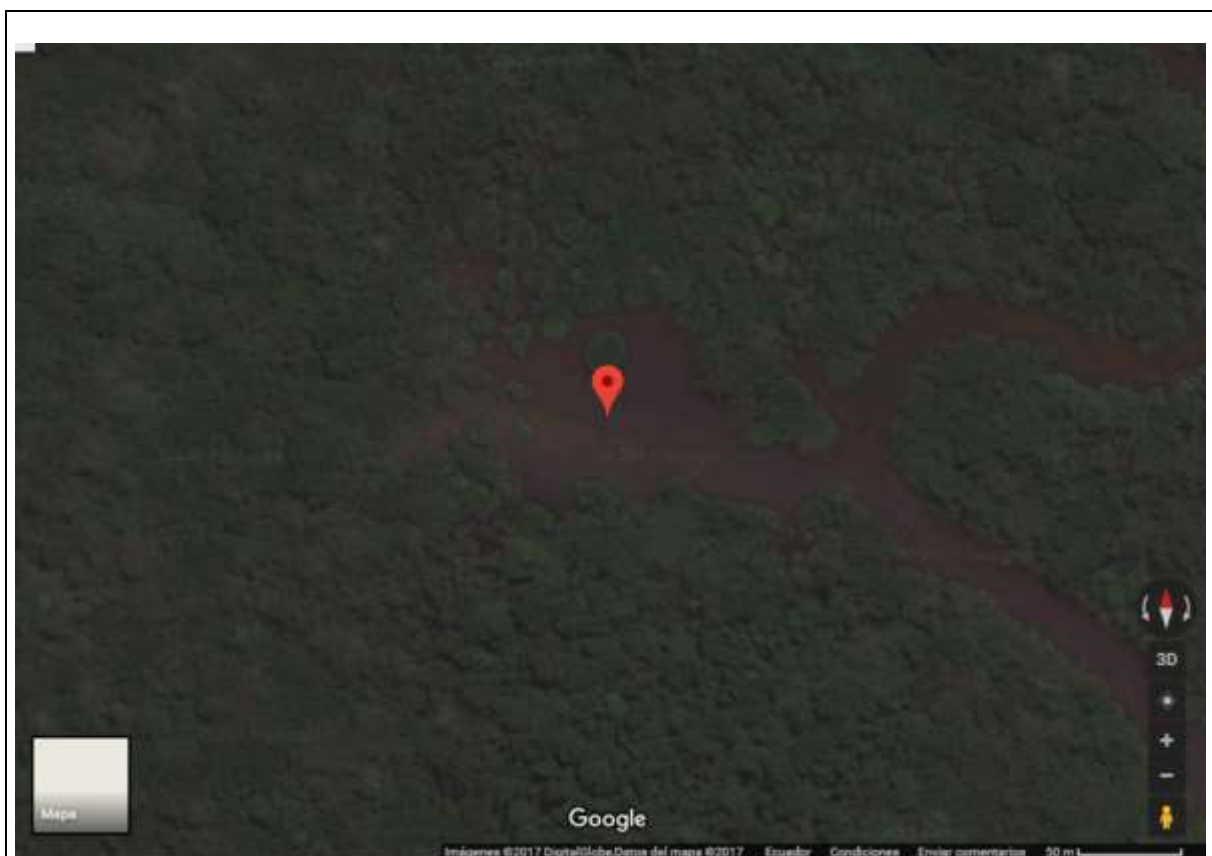


Figura VI-3 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna Charapa

1.9 Descripción del atractivo

El atractivo se encuentra al noreste de la parroquia Pañacocha, al margen izquierdo del río Pañayaku en dirección corriente arriba desde la entrada en guardianía.

El atractivo tiene una extensión de 3 km de longitud aproximadamente y una profundidad máxima de 2.50 m, aproximadamente, donde se disfruta de sus aguas tranquilas, el color de las aguas es oscura por la descomposición de la materia orgánica, se puede disfrutar de un paseo agradable alrededor de la laguna disfrutando de una hermosa vista de la selva amazónica que lo rodea y de su variada flora como Orden: Pinales; Cedrus (cedro), Familia: Rubiaceae; C. decorticans; Spruce (Capirona), chontilla y fauna Familia: Cerylidae; Chloroceryle amazona (Martín pescador amazónico), Familia: Psittacidae; A. amazónica; (lora amazónica), Familia: Anhingidae; Anhinga (pato aguja), Familia: Felidae; Panthera onca (jaguar), Familia: Felidae; Leopardus tigrinus (tigrillo), Familia: Callitrichidae; Cebuella pygmaea (mono leoncito), además se puede disfrutar de los diferentes sonidos producidos por la fauna existente mientras se recorre en la canoa.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°24'15.3"S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
2.6 Longitud: 76°07'44.6" W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: NO	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		
5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena	
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días	
5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	9.5	0:25:00
Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		
6.1 Servicios		
6.1.1 Alojamientos: ninguna		
6.1.2 Alimentación: ninguna		
6.1.3 AV y TO: ninguna		
6.1.4 Intermediación: ninguna		
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.		
6.1.6 Guianza: ninguna		
Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.		

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:		
7.1 Atractivo		
7.1.1 Estado: Conservado		
7.1.2 Causas: Ya que el ingreso de personas es mínimo y además es con fines de turismo responsable		
7.2. Entorno		
7.2.1 Estado: Conservado		
7.2.2 Causas: Son áreas destinadas a la conservación por la comunidad.		
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural		
El atractivo guarda armonía con el entorno		
7.4 Declaratoria del atractivo		
ninguna		
7.5 Amenazas naturales		

ninguna					
8. Higiene y seguridad turística					
8.1 Agua: ninguna					
8.2 Energía eléctrica: ninguna					
8.3 Alcantarillado: ninguna					
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Basura enterrada					
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud					
8.6 Seguridad: Guardia					
Observaciones: Guardias de la comunidad que se encuentran en la entrada del atractivo. Existe la presencia de la policía nacional el UPC de la Parroquia Pañacocha.					
9. POLÍTICAS Y REGULACIONES					
Cuenta con políticas de regulación y control establecidos en Manual de conservación y Plan de Manejo Ambiental Integral Pañacocha					
Estos dos instrumentos legales son manejados integralmente por la Comunidad Kichwa Pañacocha y se establecen políticas para la conservación de la biodiversidad.					
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN					
10.1 Actividades actuales:					
Kayak de Río					
Paseo en Panga / Bote / Lancha					
Pesca Deportiva					
10.2 Necesidades turísticas					
Señalética					
11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
11.1 Tipo: Local					
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído					
11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Río Pañayaku	0	0:00:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Bosque Protector Pañacocha	1	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
	Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Mínga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	
Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO
El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.


14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	4
	Facilidades en el entorno	
	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	
	Energía	
	Alcantarillado	
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	5
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	3
	Actividades en atractivos culturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,6
	Nacional	1,1
	Extranjera	1,1
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		43,8

15. JERARQUIZACIÓN
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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

3. Laguna la Golondrina

Tabla VI-14: Laguna La Golondrina

1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 003							
21	04	52	AN	04	02	02	003
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: LAGUNA LA GOLONDRINA							
1.6 Categoría: ATRACTIVOS_NATURALES							
1.7 Tipo: AMBIENTES_LACUSTRES							
1.8 Subtipo: LAGUNA							
							
Foto N°.3 vista de la Laguna La Golondrina				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			

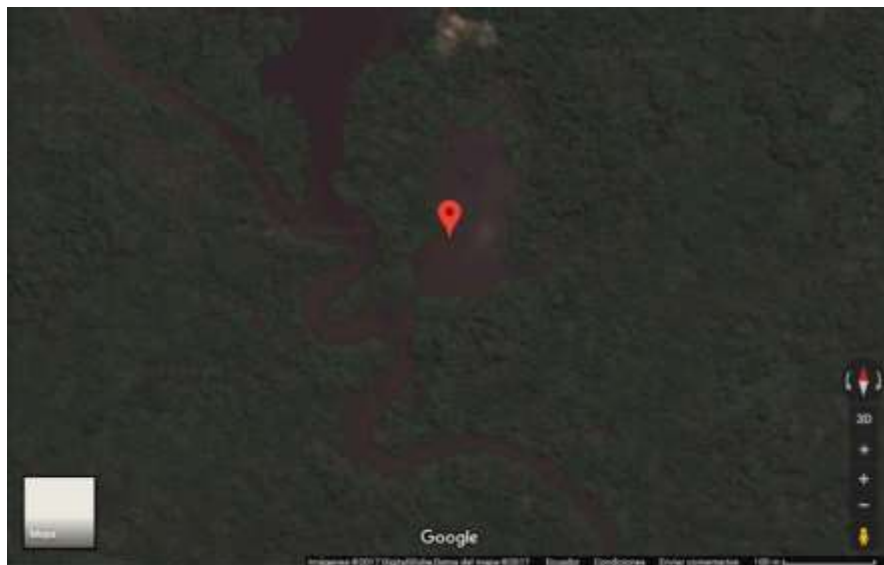


Figura N° VI-4 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna La Golondrina

1.9 Descripción del atractivo

El atractivo se encuentra al noreste de la parroquia Pañacocha, al margen derecho del río Pañayaku en dirección corriente arriba desde la entrada en guardianía.

El atractivo tiene una extensión de 3.5 km de longitud aproximadamente y una profundidad máxima de 2.50 m, donde se disfruta de sus aguas tranquilas, el color de las aguas es oscura por la descomposición de la materia orgánica, se puede disfrutar de un paseo agradable alrededor de la laguna disfrutando de una hermosa vista de la selva amazónica que lo rodea y de su variada flora como Orden: Pinales; Cedrus (cedro), Familia: Rubiaceae; C. decorticans; Spruce (Capirona), chontilla y fauna Familia: Cerylidae; Chloroceryle amazona (Martin pescador amazónico), Familia: Psittacidae; A. amazónica; (lora amazónica), Familia: Anhingidae; Anhinga (pato aguja), Familia: Felidae; Panthera onca (jaguar), Familia: Felidae; Leopardus tigrinus (tigrillo), Familia: Callitrichidae; Cebuella pygmaea (mono leoncito), además se puede disfrutar de los diferentes sonidos producidos por la fauna existente mientras se recorre en la canoa.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°24'00.6"S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
2.6 Longitud: 76°07'40.2"W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM

4.3 Hora de salida: 17:00PM

4.4 Atención: Todos los días

4.5 Temporalidad: : alta: Desde Junio hasta Febrero;
baja: el resto del año

4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena	
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días	
5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
<p>Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.</p>		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	9.7	0:33:00
Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		
6.1 Servicios		
6.1.1 Alojamiento: ninguna		
6.1.2 Alimentación: ninguna		
6.1.3 AV y TO: ninguna		
6.1.4 Intermediación: ninguna		
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.		
6.1.6 Guianza: ninguna		
<p>Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.</p>		

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:		
7.1 Atractivo		
7.1.1 Estado: Conservado		
7.1.2 Causas: Ya que el ingreso de personas es mínimo y además es con fines de turismo responsable		
7.2. Entorno		
7.2.1 Estado: Conservado		
7.2.2 Causas: Son áreas destinadas a la conservación por la comunidad.		
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural		
El atractivo guarda armonía con el entorno		
7.4 Declaratoria del atractivo		
ninguna		
7.5 Amenazas naturales		
ninguna		

8. Higiene y seguridad turística		
8.1 Agua: ninguna		
8.2 Energía eléctrica: ninguna		
8.3 Alcantarillado: ninguna		
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Basura enterrada		
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud		
8.6 Seguridad: Guardia		

Observaciones: Guardias de la comunidad que se encuentran en la entrada del atractivo. Existe la presencia de la policía nacional el UPC de la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES

Cuenta con políticas de regulación y control establecidos en Manual de conservación y Plan de Manejo Ambiental Integral Pañacocha

Estos dos instrumentos legales son manejados integralmente por la Comunidad Kichwa Pañacocha y se establecen políticas para la conservación de la biodiversidad.

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN

10.1 Actividades actuales:

Kayak de Río
Paseo en Panga / Bote / Lancha
Pesca Deportiva

10.2 Necesidades turísticas

Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Tipo: Local

11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído

	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
11.3 Asociación con otros atractivos:	Río Pañayaku	0	0:00:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Charapa	300m	0:07:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Pañacocha	100m	0:03:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna Piwali	600m	0:17:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Bosque Protector Pañacocha	1	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
	Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	4
	Facilidades en el entorno	
	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	
	Energía	
	Alcantarillado	
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Seguridad	2
	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	5
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	3
	Actividades en atractivos culturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,6
	Nacional	1,1
	Extranjera	1,1
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		43,8

15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

4. Laguna Pañacocha

Tabla VI-15: Laguna Pañacocha

1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA				1.2 Fecha: 12/05/2018			
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 004							
21	04	52	AN	04	02	03	004
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo

1.5 Nombre del atractivo: LAGUNA PAÑACOCHA

1.6 Categoría: ATRACTIVOS_NATURALES

1.7 Tipo: AMBIENTES_LACUSTRES

1.8 Subtipo: LAGUNA



Foto N°.4 vista de la Laguna Pañacocha

Fuente: ANDRES RIVADENEIRA

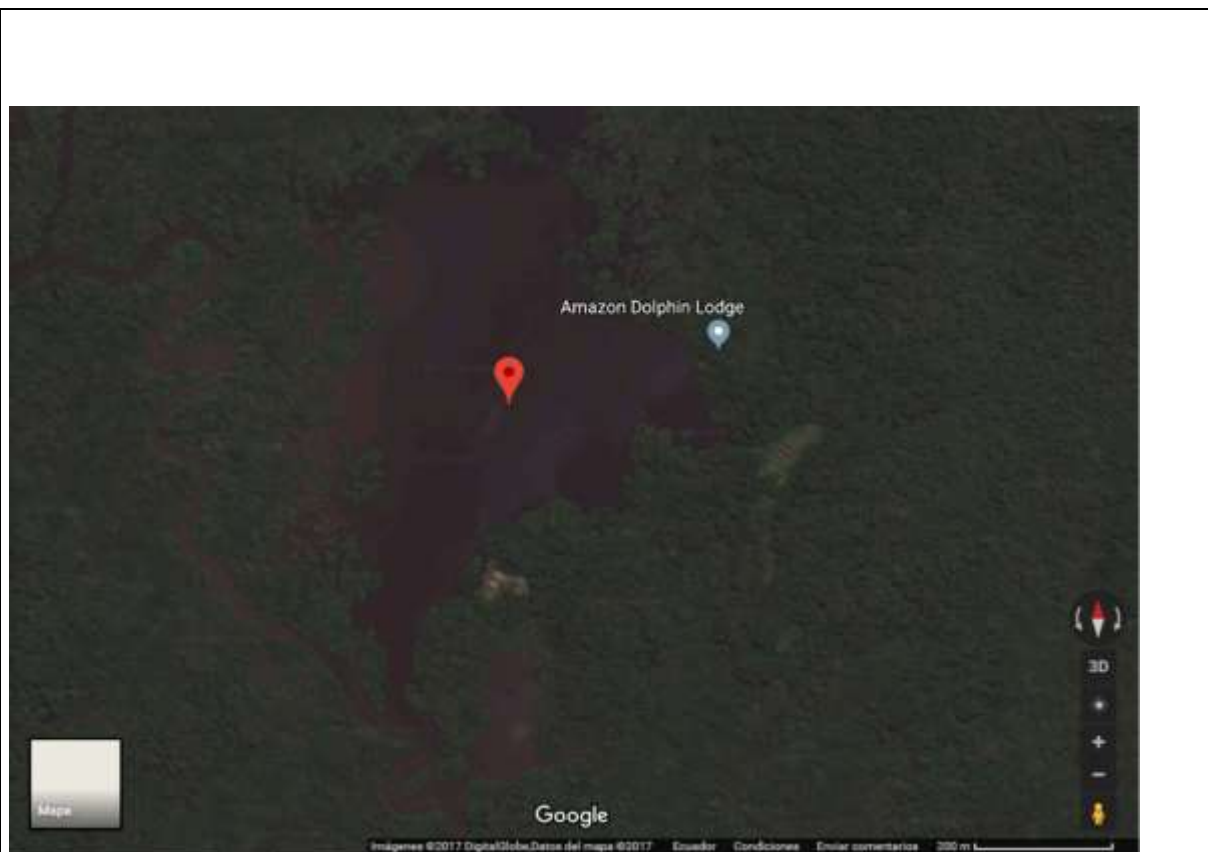


Figura VI-5 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna Pañacocha

1.9 Descripción del atractivo

El atractivo se encuentra al noreste de la parroquia Pañacocha, al margen derecho del río Pañayaku en dirección corriente arriba desde la entrada en guardianía.

El atractivo tiene una extensión de 8 km de longitud aproximadamente y una profundidad máxima de 2.50 m, donde se disfruta de sus aguas tranquilas, el color de las aguas es oscura por la descomposición de la materia orgánica, se puede disfrutar de un paseo agradable alrededor de la laguna disfrutando de una hermosa vista de la selva amazónica que lo rodea y de su variada flora como Orden: Pinales; Cedrus (cedro), Familia: Rubiaceae; C. decorticans; Spruce (Capiroña), chontilla y fauna Familia: Cerylidae; Chloroceryle amazona (Martin pescador amazónico), Familia: Psittacidae; A. amazónica; (lora amazónica), Familia: Anhingidae; Anhinga (pato aguja), Familia: Felidae; Panthera onca (jaguar), Familia: Felidae; Leopardus tigrinus (tigrillo), Familia: Callitrichidae; Cebuella pygmaea (mono leoncito), además se puede disfrutar de los diferentes sonidos producidos por la fauna existente mientras se recorre en la canoa.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'44.8S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio / Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
2.6 Longitud: 76°07'39.5"W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		
5.1 Tipo de acceso: ACUATICO	5.1.1 Estado de la vía: S/I	
5.2 Transporte: FLUVIAL	5.2.1 Frecuencia de transporte: TODOS LOS DÍAS	
5.3 Tipo de comunicación:		
5.4 Señalización: NO	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: NO	5.5.1: Estado de la señalética:	
Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	10	0:35:00
Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS						
6.1 Servicios						
6.1.1 Alojamiento:	Establecimientos registrados:2	Habitaciones:16	Plazas:40			
6.1.2 Alimentación:	Establecimientos registrados:2	Mesas:7	Plazas:40			
6.1.3 AV y TO:	ninguna					
6.1.4 Intermediación:	Agencias de Viajes/operadoras privadas en la ciudad del Coca					
6.1.5 Transporte:	Por las empresas de servicios turísticos privados.					
6.1.6 Guianza:	ninguna					
Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant.	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	Senderos	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	Regular
	Áreas de acampar	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	Regular
6.3 Complementarios						

ninguna
7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: Conservado
7.1.2 Causas: Ya que el ingreso de personas es mínimo y además es con fines de turismo responsable
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: Conservado
7.2.2 Causas: Son áreas destinadas a la conservación por la comunidad.
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
ninguna
7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Fuentes naturales / de vertiente
8.2 Energía eléctrica: Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Pozo séptico
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Basura enterrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Guardia
Observaciones: Guardias de la comunidad que se encuentran en la entrada del atractivo. Existe la presencia de la policía nacional el UPC de la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
Cuenta con políticas de regulación y control establecidos en Manual de conservación y Plan de Manejo Ambiental Integral Pañacocha
Estos dos instrumentos legales son manejados integralmente por la Comunidad Kichwa Pañacocha y se establecen políticas para la conservación de la biodiversidad.

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales:
Kayak de río
Paseo en panga / bote / lancha
Pesca deportiva
Observación nocturna de especies de flora y fauna
10.2 Necesidades turísticas
Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
11.1 Tipo: Local					
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído					
11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Río Pañayaku	0	0:00:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Charapa	450m	0:10:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	300m	0:07:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Piwali	100m	0:04:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
Bosque Protector Pañacocha	1	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	

Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Turista y excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	2
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Señalización	
	Planta turística	10
	Facilidades en el entorno	2
	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	5
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	3
	Actividades en atractivos culturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	2
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,6
	Nacional	1,1
	Extranjera	2,5

RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		63,2


15. JERARQUIZACIÓN

JERARQUIA III: Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por si solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

5. Laguna Piwali

Tabla VI-16: Laguna Piwali

1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 005							
21	04	52	AN	04	02	02	005
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: LAGUNA PIWALI							
1.6 Categoría: ATRACTIVOS_NATURALES							
1.7 Tipo: AMBIENTES_LACUSTRES							
1.8 Subtipo: LAGUNA							
							
Foto N°.5 Fotografía vista de la Laguna Piwali				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			

--



Figura VI-6 Mapa de ubicación geográfica de la Laguna Piwali

1.9 Descripción del atractivo

El atractivo se encuentra al noreste de la parroquia Pañacocha, al margen izquierdo del río Pañayaku en dirección corriente arriba desde la entrada en guardianía.

El atractivo tiene una extensión de 7 km de longitud aproximadamente y una profundidad máxima de 2.50 m y, donde se disfruta de sus aguas tranquilas, el color de las aguas es oscura por la descomposición de la materia orgánica, se puede disfrutar de un paseo agradable alrededor de la laguna disfrutando de una hermosa vista de la selva amazónica que lo rodea y de su variada flora como Orden: Pinales; Cedrus (cedro), Familia: Rubiaceae; C. decorticans; Spruce (Capirona), chontilla y fauna Familia: Cerylidae; Chloroceryle amazona (Martin pescador amazónico), Familia: Psittacidae; A. amazónica; (lora amazónica), Familia: Anhingidae; Anhinga (pato aguja), Familia: Felidae; Panthera onca (jaguar), Familia: Felidae; Leopardus tigrinus (tigrillo), Familia: Callitrichidae; Cebuella pygmaea (mono leoncito), además se puede disfrutar de los diferentes sonidos producidos por la fauna existente mientras se recorre en la canoa.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'54.3"S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
2.6 Longitud: 76°08'37.7"W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM

4.3 Hora de salida: 17:00PM

4.4 Atención: Todos los días

4.5 Temporalidad: ALTA: Desde Junio hasta Febrero
BAJA: El resto del año

4.6 Facilidades para personas con discapacidad: NO

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

5.1 Tipo de acceso: acuático

5.1.1 Estado de la vía: buena

5.2 Transporte: fluvial

5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días

5.3 Tipo de comunicación: ninguna

5.4 Señalización: ninguna		5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna		5.5.1: Estado de la señalética:	
<p>Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.</p>			
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo			
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje	
PARROQUIA PAÑACOCHA	10.5	0:40:00	
Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda			

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS
6.1 Servicios
6.1.1 Alojamiento: ninguna
6.1.2 Alimentación: ninguna
6.1.3 AV y TO: ninguna
6.1.4 Intermediación: ninguna
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.
6.1.6 Guianza: ninguna
<p>Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.</p>

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: Alterado
7.1.2 Causas: Por la Pesca
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: Conservado
7.2.2 Causas: Son áreas destinadas a la conservación por la comunidad.
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
ninguna
7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: ninguna
8.2 Energía eléctrica: ninguna
8.3 Alcantarillado: ninguna
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Basura enterrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Guardia
<p>Observaciones: Guardias de la comunidad que se encuentran en la entrada del atractivo. Existe la presencia de la policía nacional el UPC de la Parroquia Pañacocha.</p>

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES

Cuenta con políticas de regulación y control establecidos en Manual de conservación y Plan de Manejo Ambiental Integral Pañacocha
Estos dos instrumentos legales son manejados integralmente por la Comunidad Kichwa Pañacocha y se establecen políticas para la conservación de la biodiversidad.

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN

10.1 Actividades actuales:

Kayak de Río
Paseo en Panga / Bote / Lancha
Pesca Deportiva
Observación nocturna de flora y fauna

10.2 Necesidades turísticas

Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Tipo: Local

11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído

	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
11.3 Asociación con otros atractivos:	Río Pañayaku	0	0:00:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Charapa	800m	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Pañacocha	100m	0:04:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna La Golondrina	600m	0:17:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Bosque Protector Pañacocha	1	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
	Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
	Acceso	4

ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Facilidades para personas con discapacidad Conectividad Comunicación Señalización	1
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística Facilidades en el entorno Complementarios	4
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	
	Energía	
	Alcantarillado	
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Seguridad	2
	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	5
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	3
	Actividades en atractivos culturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,6
	Nacional	1,1
	Extranjera	1,1
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		43,8

15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

6. Bosque protector Pañacocho

Tabla VI-17: Bosque Protector Pañacocho

1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 006							
21	04	52	AN	04	02	03	006
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: BOSQUE PROTECTOR PAÑACOCOA							
1.6 Categoría: ATRACTIVOS_NATURALES							
1.7 Tipo: BOSQUES							

1.8 Subtipo: HUMEDO

Foto N°.6 vista del Bosque Protector Pañacocha

Fuente: ANDRES RIVADENEIRA

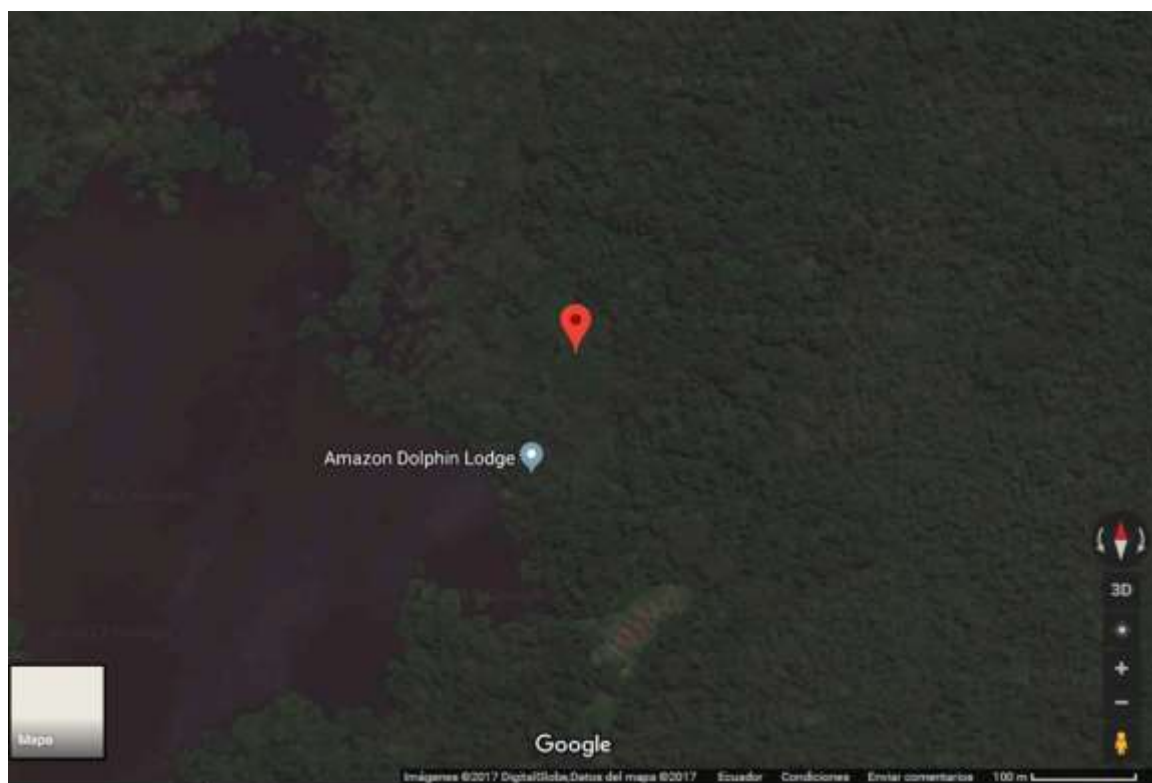


Figura VI-7 Mapa de ubicación geográfica del Bosque Protector Pañacocha

1.9 Descripción del atractivo

El atractivo se encuentra al noreste de la parroquia Pañacocha, y se encuentra alrededor de los atractivos y en su mayoría de la laguna Pañacocha.

El atractivo tiene una extensión de 50 hectáreas aproximadamente donde se puede encontrar bosque primario y secundario con una variedad enorme de especies de flora como Orden: Pinales; Cedrus (cedro), Familia: Rubiaceae; C. decorticans; Spruce (Capiroña), chontilla y fauna Familia: Cerylidae; Chloroceryle amazona (Martin pescador amazónico), Familia: Psittacidae; A. amazónica; (lora amazónica), Familia: Anhingidae; Anhinga (pato aguja), Familia: Felidae; Panthera onca (jaguar), Familia: Felidae; Leopardus tigrinus (tigrillo),

Familia: Callitrichidae; Cebuella pygmaea (mono leoncito), además se puede disfrutar de los diferentes sonidos producidos por la fauna existente mientras se recorre en la canoa.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS	2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.3 Parroquia: PAÑACocha	2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACocha
2.5 Latitud: 0°23'38.5"S	2.6 Longitud: 76°07'28.3"W
2.7 Altitud: 228	2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACocha

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo
3.2 Temperatura: 25°-35°
3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado	4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax
	4.1.2 Forma de pago: efectivo
4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días
5.3 Tipo de comunicación: ninguna	
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:

Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.

5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo

5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACocha	5	0:20:00

Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS

6.1 Servicios

6.1.1 Alojamiento: Establecimientos registrados:3	Habitaciones:10	Plazas:20
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5	Mesas:15	Plazas:50
6.1.3 AV y TO: ninguna		
6.1.4 Intermediación: Agencias de Viajes/operadoras privadas en la ciudad del Coca		
6.1.5 Transporte: Por las empresas de servicios turísticos privados.		

6.1.6 Guianza:

Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin

cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant.	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	Senderos	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	R
	Áreas de acampar	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	R
6.2.4 De servicios:	comedor	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	R
	Baterías sanitarias	1	Amazon Dolphin Lodge	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W	R
6.3 Complementarios						
ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: Conservado
7.1.2 Causas: Ya que el ingreso de personas es mínimo y además es con fines de turismo responsable
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: Alterado
7.2.2 Causas: Por la Caza
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
BOSQUE PROTECTOR PAÑACOA en 1986 50 hectáreas
7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada; Río, vertiente, acequia o canal; Lluvia
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Pozo séptico
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Quema de basura; Basura enterrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Guardia
Observaciones: Guardias de la comunidad que se encuentran en la entrada del atractivo. Existe la presencia de la policía nacional el UPC de la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
Cuenta con políticas de regulación y control establecidos en Manual de conservación y Plan de Manejo Ambiental Integral Pañacocha
Estos dos instrumentos legales son manejados integralmente por la Comunidad Kichwa Pañacocha y se establecen políticas para la conservación de la biodiversidad.

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: Senderismo Caminata Observación de flora y fauna Observación nocturna de especies de flora y fauna
10.2 Actividades potenciales: Mirador Senderos auto guiados
10.3 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
11.1 Tipo: Local					
11.2 Medios: ITUR Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído					
11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Río Pañayaku	600m	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Charapa	600m	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	600m	0:20:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Piwali	600m	0:20:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Laguna Pañacocha	600m	0:20:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	
Local	Turista
Nacional	Turista
Extranjera	Turista y Excursionista

13. RECURSO HUMANO
El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso Facilidades para personas con discapacidad	4

	Conectividad Comunicación Señalización	1
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2
	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	3
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	1
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	5
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	3
	Actividades en atractivos culturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	2
	Nacional	
	Internacional	
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Medios de promoción	1
	Local	0,8
	Nacional	1,6
RECURSOS HUMANOS	Extranjera	2,1
	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		57,5

15. JERARQUIZACIÓN

JERARQUIA III: Atractivo con rasgos excepcionales, capaz de motivar por si solo o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

7. Gastronomía típica

Tabla VI-18: Gastronomía típica

1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 007							
21	04	52	MC	02	07	02	007
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: GASTRONOMÍA TÍPICA							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: FOLCKLORE							

1.8 Subtipo: GASTRONOMÍA

Foto N°. 7 vista de la Gastronomía

Fuente: ANDRES RIVADENEIRA



Figura VI-8 Mapa de ubicación geográfica de la Gastronomía

1.9 Descripción del atractivo

La gastronomía de la Comunidad Kichwa Pañacocha es variada y a la vez agradable al paladar como poder disfrutar de un pincho de mayon, caldo de bagre, maito de pescado de río, caldo de gallina criolla, chicha de yuca, chicha de chonta, etc. Se puede degustar de estos platos típicos mientras se admira la belleza de Pañacocha.

2. UBICACIÓN**2.1 Provincia:** SUCUMBIOS**2.3 Parroquia:** PAÑACOCHA**2.5 Latitud:** 0°23'38.5"S**2.2 Cantón:** SHUSHUFINDI**2.4 Comunidad / Barrio /Sector:** COMUNA KICHWA PAÑACOCHA**2.6 Longitud:** 76°05'54.4W

2.7 Altitud: 228	2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
-------------------------	--

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS
3.1 Clima: Cálido húmedo
3.2 Temperatura: 25°-35°
3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO	
4.1 Tipo: Pagado	4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax
	4.1.2 Forma de pago: efectivo
4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		
5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena	
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días	
5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	0	0:00:00
Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS
6.1 Servicios
6.1.1 Alojamiento: Establecimientos registrados:3 Habitaciones:10 Plazas:20
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5 Mesas:15 Plazas:50
6.1.3 AV y TO: ninguna
6.1.4 Intermediación: ninguna
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.
6.1.6 Guianza: ninguna
Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: Proceso de Deterioro

7.1.2 Causas: SE VA PERDIENDO DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN LA HERENCIA ANCESTRAL EN LO GASTRONÓMICO
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: ninguna
7.2.2 Causas: ninguna
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
ninguna
7.4 Declaratoria del atractivo
ninguna
7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada; Río, vertiente, acequia o canal; Lluvia
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Pozo Séptico
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Basura enterrada; Quema de basura
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Guardia
Observaciones: Guardias de la comunidad que se encuentran en la entrada del atractivo. Existe la presencia de la policía nacional el UPC de la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: ninguna
10.2 Actividades potenciales: ninguna

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
11.1 Tipo: Local					
11.2 Medios: ITUR; PAGINA WEB; Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído					
11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Río Pañayaku	1	0:05:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Bosque Protector Pañacocha	500m	0:15:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	2
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Señalización	
	Planta turística Facilidades en el entorno Complementarios	6
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	3
	Estado del entorno	
	Armonía con el paisaje	
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	
	Actividades en atractivos culturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,6
	Nacional	1,1
	Extranjera	1,1
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		35,8

14. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

8. Pueblo kichwa

Tabla VI-19: Pueblo Kichwa


1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 008							
21	04	52	AN	05	01	03	008
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: PUEBLO KICHWA							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: FOLCKLORE							
1.8 Subtipo: PUEBLO Y/O NACIONALIDAD (ETNOGRAFÍA)							
							
Foto N°.8 vista del Pueblo Kichwa				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-9 Mapa de ubicación geográfica del Pueblo Kichwa

1.9 Descripción del atractivo

El pueblo Kichwa de la comunidad Pañacocha se encuentra en su mayoría asentados en la cabecera parroquial Pañacocha. Es una comunidad que se encuentra conformada por 77 socios con una población de 200 personas, la vestimenta del hombre se conforma de una camisa manga corta que puede ser de cualquier color un pantalón de tela color azul y botas de caucho negras, la vestimenta de las mujeres se conforma de una blusa de tela manga corta de cualquier color, una falda holgada hasta las canillas de cualquier color y zapatillas de andar. Su vivienda son casas de madera semi actualizadas. Su economía se basa en la agricultura y la ganadería. Su alimentación es yuca, plátano verde, arroz, gallina, mayon, pescado. Su idioma es el Kichwa

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'38.5"S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
2.6 Longitud: 76°05'54.4W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado	4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax
	4.1.2 Forma de pago: efectivo
4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días
5.3 Tipo de comunicación: ninguna	
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:

Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.

5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo

5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	0	0:00:00
Observaciones:		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS

6.1 Servicios

6.1.1 Alojamiento: Establecimientos registrados:3 Habitaciones:10 Plazas:20

6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5 Mesas:15 Plazas:50

6.1.3 AV y TO: ninguna

6.1.4 Intermediación: ninguna

6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.

6.1.6 Guianza: ninguna

Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.

6.2 Facilidades en el entorno del atractivo

Categoría	Tipo	Cant .	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	muelle	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular

6.3 Complementarios

ninguna

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:

7.1 Atractivo

7.1.1 Estado: Alterado

7.1.2 Causas: POR AFLUENCIA MESTIZA

7.2. Entorno

7.2.1 Estado: ninguna

7.2.2 Causas: ninguna
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
ninguna
7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Red Pública
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Terreno baldío o quebrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Policía Nacional
Observaciones: Se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: ninguna
10.2 Actividades potenciales: Danzas; Exposiciones fotográficas; Artesanías
10.3 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO
11.1 Tipo: Local
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído

11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Bosque Protector Pañacocha	500	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
	Gastronomía	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Río Pañayaku	1	0:05:00	0°25'55.8"S	76°06'23.7" W
	Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	1
	Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2
	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	
	Actividades en atractivos culturales	7
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,4
	Nacional	0,7
	Extranjera	0,7
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		52,8

15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

9. Mingas de la comunidad kichwa

Tabla VI-20: Mingas


1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 009							
21	04	52	MC	02	03	03	009
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: MINGAS							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: FOLCKLORE							
1.8 Subtipo: MANIFESTACIONES RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES							
							
Foto N°. 9 vista Fiesta Comunal				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-10 Mapa de ubicación geográfica mingas Pueblo Kichwa

1.9 Descripción del atractivo

El pueblo Kichwa de la comunidad Pañacocha se encuentra en su mayoría asentados en la cabecera parroquial Pañacocha. Es una comunidad que se encuentra conformada por 77 socios con una población de 276 personas, donde se realizan convocatorias por parte de la directiva hacia su población para realizar las mingas comunitarias para limpiar la comunidad, donde las mujeres deben traer chicha, mientras los hombres trabajan y además se realiza un almuerzo comunitario.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI

2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'38.5"S

2.6 Longitud: 76°05'54.4W

2.7 Altitud: 228

2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM

4.3 Hora de salida: 17:00PM

4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		
5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena	
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días	
5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	0	0:00:00
Observaciones:		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		
6.1 Servicios		
6.1.1 Alojamiento: Establecimientos registrados:3	Habitaciones:10	Plazas:20
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5	Mesas:15	Plazas:50
6.1.3 AV y TO: ninguna		
6.1.4 Intermediación: ninguna		
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.		
6.1.6 Guianza: ninguna		
Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico		

cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	muelle	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.3 Complementarios						
ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: conservado
7.1.2 Causas:
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: conservado
7.2.2 Causas:
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
30 de abril 1980
7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Red Pública
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Terreno baldío o quebrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Policía Nacional
Observaciones: Se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: ninguna
10.2 Actividades potenciales: Danzas; Exposiciones fotográficas; Artesanías
10.3 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
11.1 Tipo: Local					
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído					
11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Bosque Protector Pañacocha	500	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W

Río Pañayaku	1	0:05:00	0°25'55.8"S	76°06'23.7" W
Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Evento Deportivo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	1
	Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2
	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4

	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	
	Actividades en atractivos culturales	7
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,4
	Nacional	0,7
	Extranjera	0,7
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		52,8

15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

10. Fiesta comunal

Tabla VI-21: Fiesta comunal


1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 010							
21	04	52	MC	02	03	03	010
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: FIESTA COMUNAL							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: FOLCKLORE							
1.8 Subtipo: MANIFESTACIONES RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES							
							
Foto N°. 10 vista Fiesta Comunal				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-11 Mapa de ubicación geográfica fiestas comunales Pueblo Kichwa

1.9 Descripción del atractivo

En las fiestas comunales que se celebran el 30 de abril, se realizan comidas, juegos, presentaciones como la elección de la Ñusta Warmi, se invitan a diferentes comunidades para tener una unión entre comunas y se baila dentro de una cacha cubierta.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOA

2.5 Latitud: 0°23'38.5"S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOA
2.6 Longitud: 76°05'54.4W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM

4.3 Hora de salida: 17:00PM

4.4 Atención: Todos los días

4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año

4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

5.1 Tipo de acceso: acuático

5.1.1 Estado de la vía: buena

5.2 Transporte: fluvial

5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días

5.3 Tipo de comunicación: ninguna

5.4 Señalización: ninguna

5.4.1 Estado de la señalización:

5.5 Señalética: ninguna

5.5.1: Estado de la señalética:

Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares

americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCCHA	0	0:00:00
Observaciones:		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS						
6.1 Servicios						
6.1.1 Alojamiento: Establecimientos registrados:3		Habitaciones:10		Plazas:20		
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5		Mesas:15		Plazas:50		
6.1.3 AV y TO: ninguna						
6.1.4 Intermediación: ninguna						
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.						
6.1.6 Guianza: ninguna						
Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	muelle	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.3 Complementarios						
ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:	
7.1 Atractivo	
7.1.1 Estado: conservado	
7.1.2 Causas:	
7.2. Entorno	
7.2.1 Estado: conservado	
7.2.2 Causas:	
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural	
El atractivo guarda armonía con el entorno	
7.4 Declaratoria del atractivo	
30 de abril 1980	

7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Red Pública
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Terreno baldío o quebrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Policía Nacional
Observaciones: Se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: ninguna
10.2 Actividades potenciales: Danzas; Exposiciones fotográficas; Artesanías
10.3 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO
11.1 Tipo: Local
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído

	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
11.3 Asociación con otros atractivos:	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Bosque Protector Pañacocha	500	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
	Río Pañayaku	1	0:05:00	0°25'55.8"S	76°06'23.7" W
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Minga	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Evento Deportivo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	
Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO
El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	1
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Señalización	
	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Complementarios	
	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Seguridad	2
	Vinculación a la planificación del GAD	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Normativa de actividades	
	Actividades en atractivos naturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Actividades en atractivos culturales	7
	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Medios de promoción	1
	Local	0,4
	Nacional	0,7
RECURSOS HUMANOS	Extranjera	0,7
	Personal especializado en turismo	1
TOTAL	Nivel de instrucción	2
		52,8

15. JERARQUIZACIÓN
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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

11. Eventos deportivos

Tabla VI-22: Eventos deportivos

1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 011							
21	04	52	MC	04	02	03	011
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: EVENTOS DEPORTIVOS							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS							
1.8 Subtipo: EVENTOS DEPORTIVOS							
							
Foto N°. 11 vista del Pueblo Kichwa jugando fútbol				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-12 Mapa de ubicación geográfica eventos deportivos Pueblo Kichwa

1.9 Descripción del atractivo

El pueblo Kichwa de la comunidad Pañacocha organiza el campeonato de fútbol, indor, vóley, dos meses antes del 30 de abril que es la fiesta comunal, donde invitan a varias comunidades para celebrar este campeonato, el cual busca la unión de las comunidades a través de estos juegos.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS
2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'38.5"S
2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI
2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA
2.6 Longitud: 76°05'54.4W
2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM

4.3 Hora de salida: 17:00PM

4.4 Atención: Todos los días

4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año

4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO

5.1 Tipo de acceso: acuático

5.1.1 Estado de la vía: buena

5.2 Transporte: fluvial

5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días

5.3 Tipo de comunicación: ninguna

5.4 Señalización: ninguna

5.4.1 Estado de la señalización:

5.5 Señalética: ninguna

5.5.1: Estado de la señalética:

Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares

americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCCHA	0	0:00:00
Observaciones:		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS						
6.1 Servicios						
6.1.1 Alojamiento: Establecimientos registrados:3		Habitaciones:10		Plazas:20		
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5		Mesas:15		Plazas:50		
6.1.3 AV y TO: ninguna						
6.1.4 Intermediación: ninguna						
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.						
6.1.6 Guianza: ninguna						
Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	muelle	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.3 Complementarios						
ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:	
7.1 Atractivo	
7.1.1 Estado: conservado	
7.1.2 Causas:	
7.2. Entorno	
7.2.1 Estado: conservado	
7.2.2 Causas:	
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural	
El atractivo guarda armonía con el entorno	
7.4 Declaratoria del atractivo	
ninguna	

7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Red Pública
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Terreno baldío o quebrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Policía Nacional
Observaciones: Se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: ninguna
10.2 Actividades potenciales: Danzas; Exposiciones fotográficas; Artesanías
10.3 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO
11.1 Tipo: Local
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído

	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
11.3 Asociación con otros atractivos:	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
	Bosque Protector Pañacocha	500	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
	Río Pañayaku	1	0:05:00	0°25'55.8"S	76°06'23.7" W
	Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Míngas	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
	Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	
Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO
El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	1
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Señalización	
	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Complementarios	
	Estado del atractivo	7
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Seguridad	2
	Vinculación a la planificación del GAD	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Normativa de actividades	
	Actividades en atractivos naturales	
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Actividades en atractivos culturales	7
	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Medios de promoción	1
	Local	0,4
	Nacional	0,7
RECURSOS HUMANOS	Extranjera	0,7
	Personal especializado en turismo	1
TOTAL	Nivel de instrucción	2
		52,8

15. JERARQUIZACIÓN
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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

12. Artesanías del pueblo kichwa

Tabla VI-22: Artesanías


1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 012							
21	04	52	MC	02	02	02	012
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: ARTESANÍAS							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: FOLKLORE							
1.8 Subtipo: ARTESANÍAS Y ARTES							
							
Foto N°. 12 Artesanías del Pueblo Kichwa				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-13 Mapa de ubicación geográfica artesanías Pueblo Kichwa

1.9 Descripción del atractivo

En el pueblo Kichwa de la comunidad Pañacocha son muy pocos los que mantienen estas costumbres, donde se fabrican collares, canastos, manillas, pecheras, coronas, vasijas, ropa, aretes, etc. Para la venta de los turistas que visitan la comunidad.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI

2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'38.5"S

2.6 Longitud: 76°05'54.4W

2.7 Altitud: 228

2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado	4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax
	4.1.2 Forma de pago: efectivo
4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		
5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena	
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días	
5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
<p>Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.</p>		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	0	0:00:00
Observaciones:		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		
6.1 Servicios		
6.1.1 Alojamientos: Establecimientos registrados:3	Habitaciones:10	Plazas:20
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5	Mesas:15	Plazas:50
6.1.3 AV y TO: ninguna		
6.1.4 Intermediación: ninguna		
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.		

6.1.6 Guianza: ninguna						
Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	muelle	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.3 Complementarios						
ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: conservado
7.1.2 Causas:
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: conservado
7.2.2 Causas:
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
ninguna

7.5 Amenazas naturales
ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Red Pública
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Terreno baldío o quebrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Policía Nacional
Observaciones: Se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: ninguna
10.2 Actividades potenciales: Danzas; Exposiciones fotográficas; Artesanías
10.3 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
11.1 Tipo: Local					
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído					
11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W	

Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W
Bosque Protector Pañacocha	500	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
Río Pañayaku	1	0:05:00	0°25'55.8"S	76°06'23.7" W
Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Mingas	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	1
	Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2

	Complementarios	
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del atractivo	5
	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	
	Actividades en atractivos culturales	7
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,4
	Nacional	0,7
	Extranjera	0,7
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		50,8

15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

13. Shamanismo del pueblo kichwa

Tabla VI-23: Shamanismo


1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 013							
21	04	52	MC	02	02	02	013
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: SHAMANISMO							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: FOLKLORE							
1.8 Subtipo: MEDICINA ANCESTRAL							
							
Foto N°. 13 vista Shamanismo del Pueblo Kichwa				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-14 Mapa de ubicación geográfica Shamanismo Pueblo Kichwa

1.9 Descripción del atractivo

En el pueblo Kichwa de la comunidad Pañacocha las curaciones también se la realizan a través de la medicina ancestral realizando dese curaciones a través de plantas medicinales y con el shaman que espanta o cura de los malos espíritus apoderados de la persona.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI

2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'38.5"S

2.6 Longitud: 76°05'54.4W

2.7 Altitud: 228

2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

	4.1.2 Forma de pago: efectivo
4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		
5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena	
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días	
5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	0	0:00:00
Observaciones:		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		
6.1 Servicios		
6.1.1 Alojamientos: Establecimientos registrados:3	Habitaciones:10	Plazas:20
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5	Mesas:15	Plazas:50
6.1.3 AV y TO: ninguna		
6.1.4 Intermediación: ninguna		
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.		
6.1.6 Guianza: ninguna		

Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	muelle	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.3 Complementarios						
ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: conservado
7.1.2 Causas:
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: conservado
7.2.2 Causas:
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
ninguna
7.5 Amenazas naturales

ninguna

8. Higiene y seguridad turística**8.1 Agua:** Entubada**8.2 Energía eléctrica:** Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica**8.3 Alcantarillado:** Red Pública**8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística:** Terreno baldío o quebrada**8.5 Salud:** Puesto / Centro de salud**8.6 Seguridad:** Policía Nacional**Observaciones:** Se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.**9. POLÍTICAS Y REGULACIONES**

ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN**10.1 Actividades actuales:** ninguna**10.2 Actividades potenciales:**

Danzas; Exposiciones fotográficas; Artesanías

10.3 Necesidades turísticas

Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO**11.1 Tipo:** Local**11.2 Medios:** Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído

	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
11.3 Asociación con otros atractivos:	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
	Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W

Bosque Protector Pañacocha	500	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
Río Pañayaku	1	0:05:00	0°25'55.8"S	76°06'23.7" W
Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Mingas	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Música y Danza	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	1
	Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2
	Complementarios	
	Estado del atractivo	5

ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	
	Actividades en atractivos culturales	7
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,4
	Nacional	0,7
	Extranjera	0,7
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		50,8

15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

14. Música y danza del pueblo kichwa

Tabla VI-24: Música y Danza


1. DATOS GENERALES							
1.1 Elaborado por: ANDRES RIVADENEIRA					1.2 Fecha: 12/05/2018		
1.3 Supervisor evaluador: EDUARDO MUÑOZ							
1.4 Código del atractivo: 014							
21	04	52	MC	02	02	02	014
Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo
1.5 Nombre del atractivo: MÚSICA Y DANZA							
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES_CULTURALES							
1.7 Tipo: FOLKLORE							
1.8 Subtipo: MÚSICA Y DANZA							
							
Foto N°. 14 vista Música y Danza del Pueblo Kichwa				Fuente: ANDRES RIVADENEIRA			



Figura VI-15 Mapa de ubicación geográfica música y danza Pueblo Kichwa

1.9 Descripción del atractivo

En el pueblo Kichwa de la comunidad Pañacocha las danzas son interpretadas por niños adultos y adultos mayores, donde manifiestan alegría y a la vez agradecimiento y estas danzas son acompañadas con sus trajes típicos y de la música Kichwa que son a través de tambores flautas y cantos. La danza y la música son también utilizadas cuando se realizan matrimonios.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: SUCUMBIOS

2.3 Parroquia: PAÑACOCHA

2.5 Latitud: 0°23'38.5"S

2.7 Altitud: 228

2.2 Cantón: SHUSHUFINDI

2.4 Comunidad / Barrio /Sector: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

2.6 Longitud: 76°05'54.4W

2.8 Espacio turístico: COMUNA KICHWA PAÑACOCHA

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

3.1 Clima: Cálido húmedo

3.2 Temperatura: 25°-35°

3.3 Precipitación Pluviométrica: 2000-4000

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

4.1 Tipo: Pagado

4.1.1 Precio: 10,00 USD por pax

4.1.2 Forma de pago: efectivo

4.2 Hora de ingreso: 07:00AM	4.3 Hora de salida: 17:00PM
4.4 Atención: Todos los días	4.5 Temporalidad: alta: Desde Junio hasta Febrero; baja: el resto del año
4.6 Facilidades para personas con discapacidad: ninguna	

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO		
5.1 Tipo de acceso: acuático	5.1.1 Estado de la vía: buena	
5.2 Transporte: fluvial	5.2.1 Frecuencia de transporte: todos los días	
5.3 Tipo de comunicación: ninguna		
5.4 Señalización: ninguna	5.4.1 Estado de la señalización:	
5.5 Señalética: ninguna	5.5.1: Estado de la señalética:	
<p>Observación: Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.</p>		
5.6. Centros urbanos más cercanos al atractivo		
5.6.1 Nombre del poblado:	5.6.2 Distancia (km):	5.6.3 Tiempo de viaje
PARROQUIA PAÑACOCHA	0	0:00:00
Observaciones:		

6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		
6.1 Servicios		
6.1.1 Alojamientos: Establecimientos registrados:3	Habitaciones:10	Plazas:20
6.1.2 Alimentación: Establecimientos registrados:5	Mesas:15	Plazas:50
6.1.3 AV y TO: ninguna		
6.1.4 Intermediación: ninguna		
6.1.5 Transporte: Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.		
6.1.6 Guianza: ninguna		

Observaciones: En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						
6.2 Facilidades en el entorno del atractivo						
Categoría	Tipo	Cant	Administrador	Coordenadas		Estado
				Lat.	Long.	
6.2.1 De apoyo a la gestión turística:						
6.2.2 De observación y vigilancia:						
6.2.3 De recorrido y descanso:	muelle	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.2.4 De servicios:	Comedor	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
	Baterías sanitarias	1	Comuna Kichwa Pañacocha	0°23'38.5"S	76°05'54.4W	Regular
6.3 Complementarios						
Ninguna						

7. ESTADOS DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN DEL ATRACTIVO/ ENTORNO:
7.1 Atractivo
7.1.1 Estado: conservado
7.1.2 Causas:
7.2. Entorno
7.2.1 Estado: conservado
7.2.2 Causas:
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural
El atractivo guarda armonía con el entorno
7.4 Declaratoria del atractivo
Ninguna
7.5 Amenazas naturales

Ninguna

8. Higiene y seguridad turística
8.1 Agua: Entubada
8.2 Energía eléctrica: Red de empresa eléctrica de Servicio Público; Generador de corriente eléctrica
8.3 Alcantarillado: Red Pública
8.4 Gestión de residuos generados por la actividad turística: Terreno baldío o quebrada
8.5 Salud: Puesto / Centro de salud
8.6 Seguridad: Policía Nacional
Observaciones: Se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES
Ninguna

10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN
10.1 Actividades actuales: ninguna
10.2 Actividades potenciales: Danzas; Exposiciones fotográficas; Artesanías
10.3 Necesidades turísticas Señalética

11. DIFUSIÓN Y MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
11.1 Tipo: Local					
11.2 Medios: Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído					
11.3 Asociación con otros atractivos:	Nombre del atractivo	Distancia (km)	Tiempo (aprox)	Coordenadas	
				Latitud	Longitud
	Laguna Charapa	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W
	Laguna La Golondrina	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2"W
	Laguna Pañacocha	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5"W
Laguna Piwali	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7"W	

Bosque Protector Pañacocha	500	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3"W
Río Pañayaku	1	0:05:00	0°25'55.8"S	76°06'23.7" W
Pueblo Kichwa	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Fiesta Comunal	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Mingas	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Eventos Deportivos	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Artesanías	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W
Shamanismo	0	0:00:00	0°23'38.5"S	76°05'54.4W

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA

Local	Excursionista
Nacional	Excursionista
Extranjera	Excursionista

13. RECURSO HUMANO

El atractivo cuenta con talento humano medianamente capacitado en turismo, pero no profesionalizado con nivel de educación secundaria.

14. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Acceso	4
	Facilidades para personas con discapacidad	
	Conectividad	1
	Comunicación	1
	Señalización	
PLANTA TURÍSTICA /SERVICIOS	Planta turística	6
	Facilidades en el entorno	2
	Complementarios	
	Estado del atractivo	5

ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estado del entorno	4
	Armonía con el paisaje	2
	Declaratoria del atractivo/ espacio/ destino	
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Agua	2
	Energía	2
	Alcantarillado	2
	Gestión de residuos	2
	Salud	2
	Seguridad	2
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Vinculación a la planificación del GAD	
	Normativa de actividades	
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades en atractivos naturales	
	Actividades en atractivos culturales	7
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Local	1
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	
	Medios de promoción	1
TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	Local	0,4
	Nacional	0,7
	Extranjera	0,7
RECURSOS HUMANOS	Personal especializado en turismo	1
	Nivel de instrucción	2
TOTAL		50,8

15. JERARQUIZACIÓN

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.

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-25: Resumen de los atractivos turísticos de la Comunidad Kichwa Pañacocha

RECURSOS	RÍO PAÑAY AKU	LAGUN A CHARA PA	LAGU NA GOLO NDRI NA	LAGU NA PAÑA COCH A	LAGUN A PIWALI	BOSQUE PROTECTO R PAÑACOC HA	GASTRO NOMÍA TÍPICA	PUEBL O KICHW A	MINGA S	FIESTAS COMUNA LES	EVENE TOS DEPOR TIVOS	ARTESAN ÍAS	SHAMANI SMO	MÚSICA Y DANZA
PARÁMETROS														
AC	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
CN	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
SS	1	1	1	4	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4
OR	3	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
ES	4	5	5	5	4	4	2	2	5	5	5	3	3	3
TV	3	3	3	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4
MP	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1
DR	2	1	1	4	2	5	3	3	2	2	2	2	2	2
TOTAL	23	21	21	32	24	32	22	20	28	28	28	26	26	26
IPT	Medio alto 0,51	Medio alto 0,47	Medio alto 0,47	Muy alto 0,82	Medio alto 0,51	Alto 0,71	Medio alto 0,49	Medio alto 0,44	Alto 0,62	Alto 0,62	Alto 0,62	Medio alto 0,58	Medio alto 0,58	Medio alto 0,58
MEDIDA TOTAL	Alto 0,65													

Nota: Prácticas pre-profesionales en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira 2017

De los catorce atractivos turísticos que tiene la comunidad, seis corresponden a atractivos naturales y ocho a atractivos culturales, sólo uno (Laguna Pañacocha) se encuentra en la condición de IPT Muy alto esto se debe a que posee mayor cantidad de facilidades turísticas en el atractivo para su visita; cuatro atractivos se encuentra en la condición de IPT Alto se debe a que los atractivos se encuentran Alterados por la Caza en el caso del Bosque Protector Pañacocha. Nueve atractivos turísticos se encuentran en la condición de IPT Medio alto, se debe a que no cuentan con la suficiente promoción, pero los atractivos se encuentran conservados.

Finalmente se cuenta con una media del IPT de los catorce atractivos turísticos de la Comunidad Kichwa Pañacocha nos da un índice de potencial turístico Alto que nos dice que la comunidad Kichwa Pañacocha cuenta con condiciones adecuadas para ser aprovechado turísticamente.



Figura VI-16. Mapa de ubicación de los atractivos turísticos de la Comunidad Kichwa Pañacocha.

Nota: Google earth

Elaborado por: Andres Rivadeneira

C. VIABILIDAD COMERCIAL, OPERATIVA Y ORGANIZACIONAL DEL PRODUCTO.

1. Estudio de mercado

a. Análisis de la demanda

1) Segmentación del mercado

Para el análisis de la demanda de la comunidad Kichwa Pañacocha se identificaron dos segmentos: los turistas nacionales y los turistas extranjeros.

2) Mercado para turistas nacionales y extranjeros

Los datos para la segmentación del mercado nacional e internacional corresponden a los turistas que visitan la provincia de Sucumbíos en la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, Bosque Protector Pañacocha y Parque Nacional Yasuní.

3) Universo

Para el universo se tomó como referencia los turistas nacionales e internacionales que visitaron la comunidad Kichwa Pañacocha en el año 2016 y 2017, siendo 6.350 turistas.

4) Cálculo de la muestra para el estudio de mercado

Considerando el universo de 6.350 turistas, se procedió a calcular la muestra según la fórmula de poblaciones finitas:

$$n = \frac{(6350 * 0,25)}{\{(6350 - 1) (0.08/1,75)^2 + 0,25}}$$

n= 117 encuestas

La muestra se obtuvo mediante la fórmula de poblaciones finitas, se trabajó con un 0.08 de margen de error la cual nos interpreta un 91% de confianza, donde se obtuvo 117 encuestas.

5) **Estratificación de la muestra**

$$f = (117/6350)$$

$$f = 0,018425196$$

El factor de estratificación es 0,018425196, se procedió a calcular el número de encuestas a realizar entre los dos grupos de estudios (turistas nacionales y extranjeros), donde el 66% son turistas extranjeros y el 34% turistas nacionales, en la siguiente tabla:

Tabla VI-26: Estratificación del número de encuestas

Turistas	Porcentaje	# de turistas	Total encuestas
Nacionales	66%	4200	77
Internacionales	34%	2150	40
Total encuestas			117

Nota: registro de turistas nacionales e internacionales de la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

2. **Resultados del análisis de la demanda turística**

1. **Turista nacional**

1) **Género**

Tabla VI-27: Género de los potenciales clientes nacionales

Variable	N° de encuestas	Porcentaje (%)
Género	Masculino	28 70%
	Femenino	12 30%
Total	40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

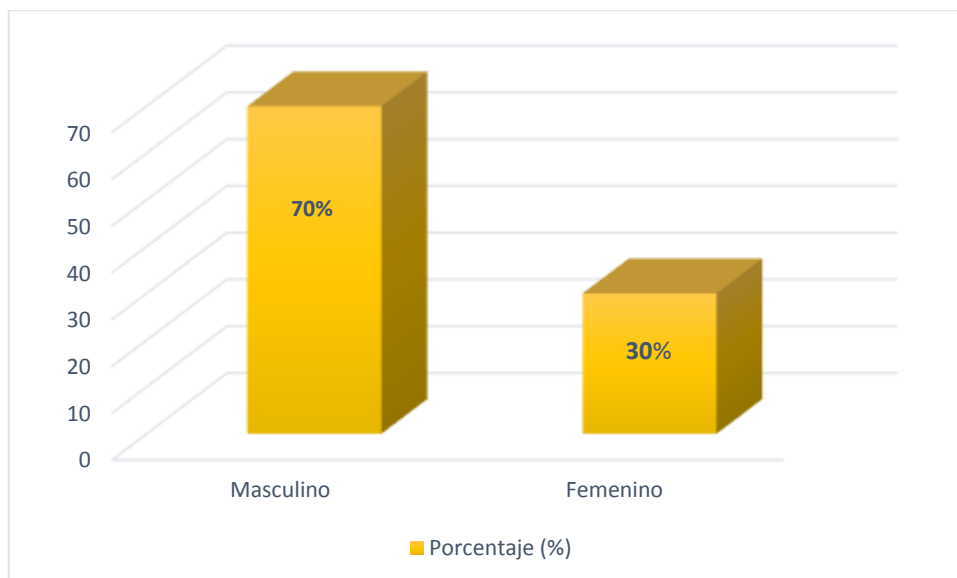


Figura VI-17. Género de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-26 y figura 6-17, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales son del género masculino con un 70% mientras que el 30% pertenece al género femenino.

2) Edad

Tabla VI-28: Edad de los potenciales clientes nacionales

Variable	Rango de edad	N° de encuestas	Porcentaje %
Edad	12 - 25	4	10%
	26 - 36	10	25%
	37 - 45	18	45%
	46 - más	8	20%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

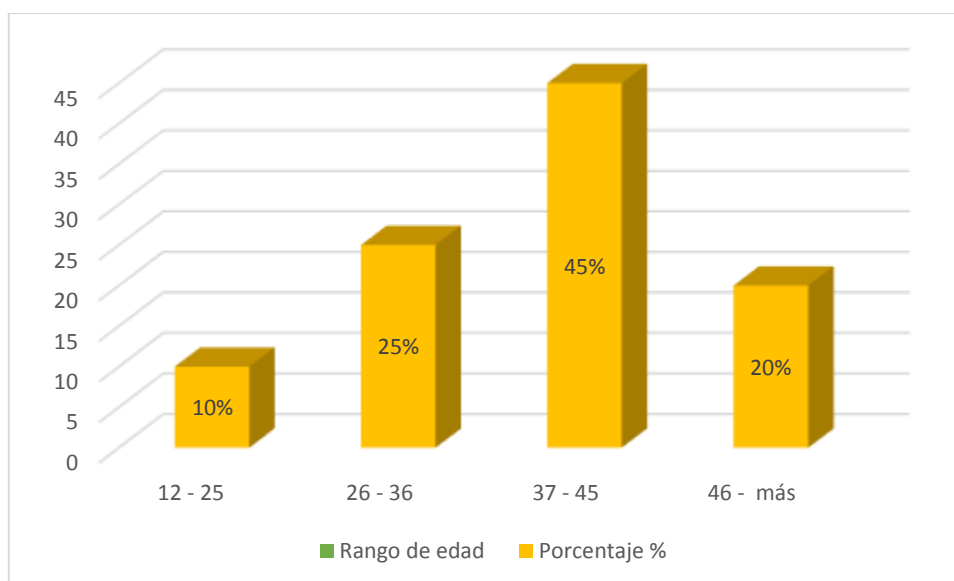


Figura VI-18. Edad de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-27 y figura 6-18, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales son del rango de edad 37 - 45 con un 45%, seguido de 26 – 36 con un 25% y los de rango de edad de 46 a más con un 20%.

3) Procedencia

Tabla VI-29: Edad de los potenciales clientes nacionales

Variable	Procedencia	N° de encuestas	Porcentaje %
Procedencia	Quito	9	23%
	Guayaquil	4	10%
	Coca	12	30%
	Lago agrio	6	15%
	Shushufindi	9	23%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

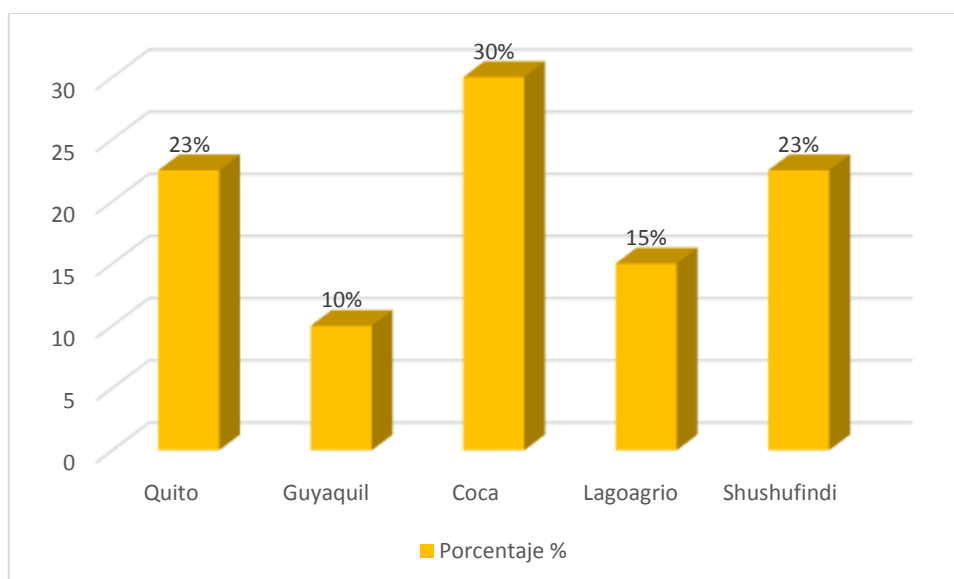


Figura VI-19. Procedencia de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-28 y figura 6-19, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales son provenientes de la ciudad del Coca con un 30%, seguido de Quito y Shushufindi con un 23%.

4) Nivel de instrucción

Tabla VI-30: Nivel de instrucción de los potenciales clientes nacionales

Variable	Nivel de estudios	Nº de encuestas	Porcentaje %
Nivel de instrucción	Primaria	8	20%
	Secundaria	21	53%
	Superior	7	18%
	Otros	4	10%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

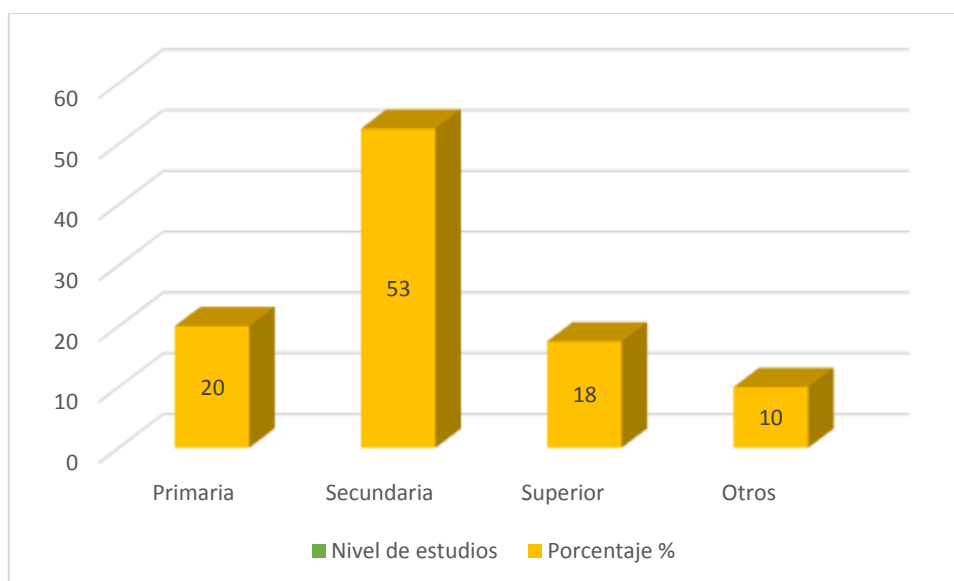


Figura VI-20. Nivel de instrucción de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-29 y figura 6-20, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales tienen el nivel de instrucción de secundaria con un 53%, seguido de un nivel de primaria con un 20% y un nivel de instrucción superior con un 18%.

5) Aceptación para realizar actividades turísticas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Tabla VI-31: Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes nacionales

Realizar actividades turísticas en la comunidad	N° de encuestas	Porcentaje %
Si	38	95%
No	2	5%
Total	40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

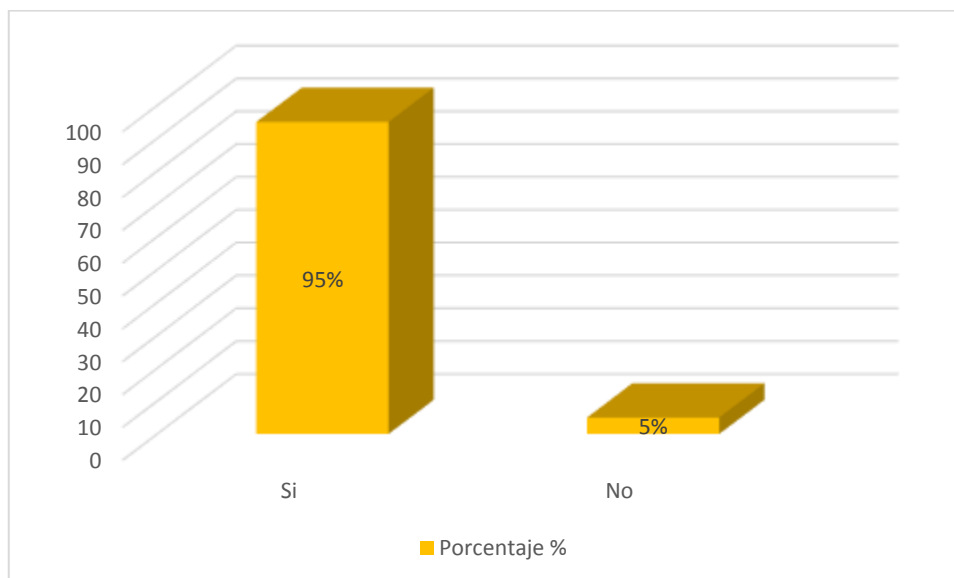


Figura VI-21. Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-30 y figura 6-21, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales desean realizar actividades turísticas en la comunidad con un 95% y el 5% no desean realizar las actividades turísticas.

6) Actividades turísticas

Tabla VI-32: Actividades que desean realizar los potenciales clientes nacionales

Variable	Actividades turísticas	N° de encuestas	Porcentaje %
Actividades turísticas que desean realizar	Turismo vivencial	15	38%
	Ecoturismo	9	23%
	Aviturismo	7	18%
	Turismo de naturaleza	6	15%
	Turismo cultural	3	8%
Total		40	100

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

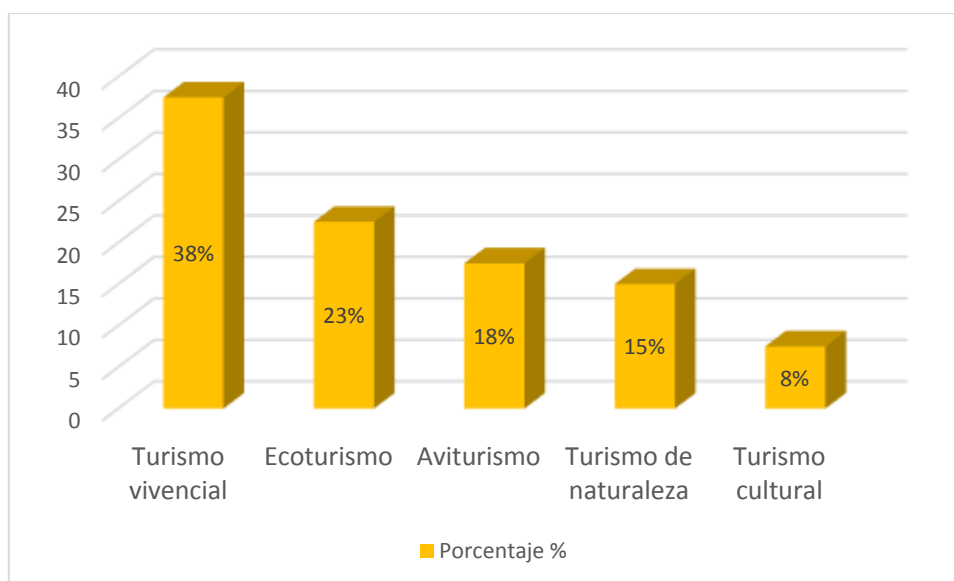


Figura VI-22. Actividades que desean realizar los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-31 y figura 6-22, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales desean realizar actividades turísticas en la comunidad con un 95% y el 5% no desean realizar las actividades turísticas.

7) Motivo de viaje de los turistas

Tabla VI-33: Motivos de viaje de los potenciales clientes nacionales

Variable	Tipos	N° de encuestas	Porcentaje %
Motivo de viaje	Trabajo	5	13%
	Estudios	0	0%
	Feriado	15	38%
	Vacaciones	20	50%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

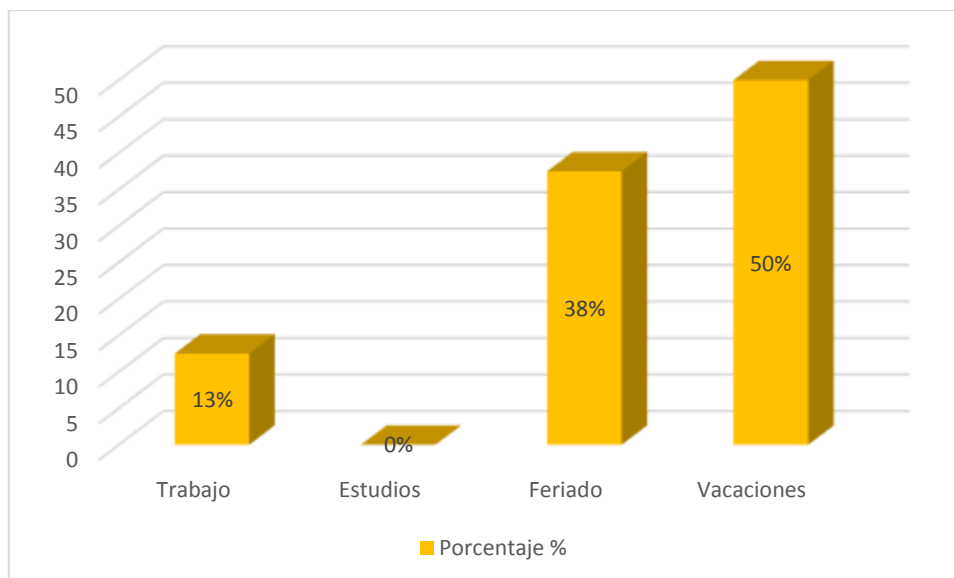


Figura VI-23. Motivo de viaje de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-32 y figura 6-23, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales tienen las vacaciones como motivo de viaje con un 50%, seguido del feriado con un 38%.

8) Con cuantas personas viaja el turista nacional

Tabla VI-34: Con cuantas personas viajan los potenciales clientes nacionales

Variable	N° de personas	N° de encuestas	Porcentaje %
Con cuantas personas viaja	Solo	9	23%
	2 - 4	17	43%
	5 a más	14	35%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

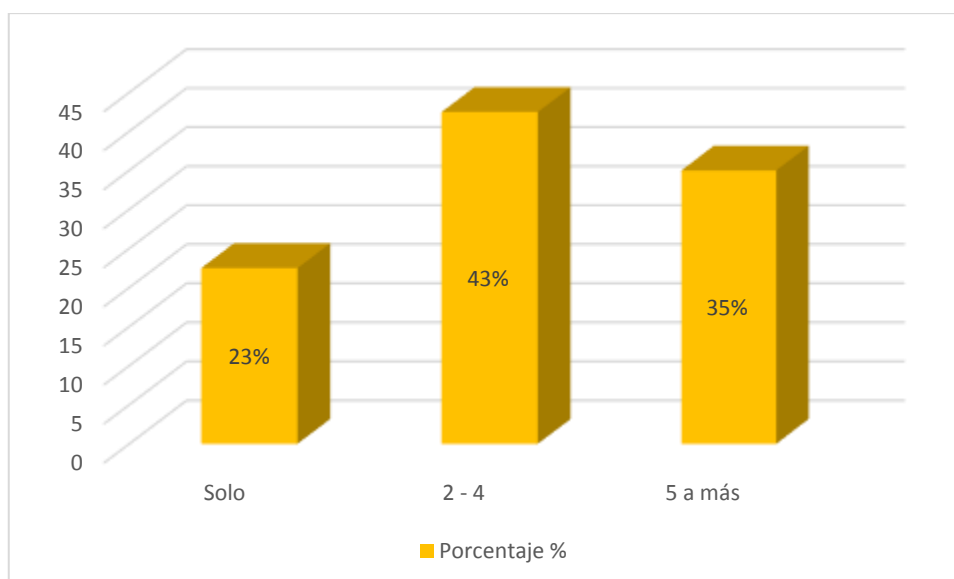


Figura VI-24. Con cuántas personas viaja de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-33 y figura 6-24, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales viajan de dos a cuatro personas con un 43%, seguido con un 5% que viajan de 5 a más.

9) Gasto económico diario por un tour turístico por turista nacional

Tabla VI-35: Gasto económico diario de los potenciales clientes nacionales

Variable	Cantidad	N° de encuestas	Porcentaje %
Gasto diario por turista	1 - 30	8	20%
	31 - 60	15	38%
	61 - 100	12	30%
	101 a más	5	13%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

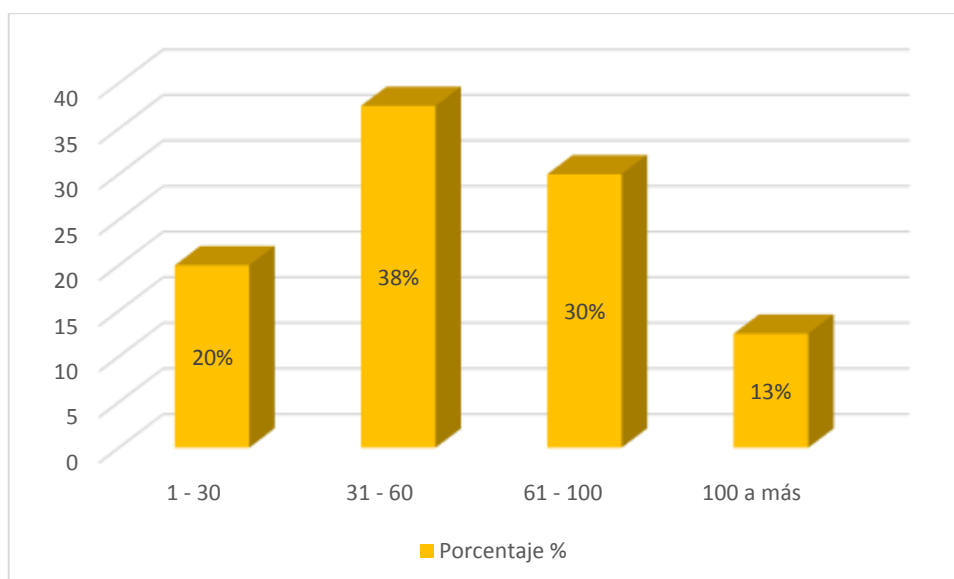


Figura VI-25. Gasto económico diario de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-34 y figura 6-25, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales gastan diariamente de treinta y uno a sesenta dólares con un 38%, seguido con un 30% que gastan de sesenta y uno a cien dólares diarios en un tour turístico.

10) Cantidad de días que pasa en un tour turístico el turista nacional

Tabla VI-36: Cantidad de días en un tour turístico de los potenciales clientes nacionales

Variable	Cantidad	Nº de encuestas	Porcentaje %
Cantidad de días que pasa en un tour turístico	1	10	25%
	2 - 3	18	45%
	4 a más	12	30%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

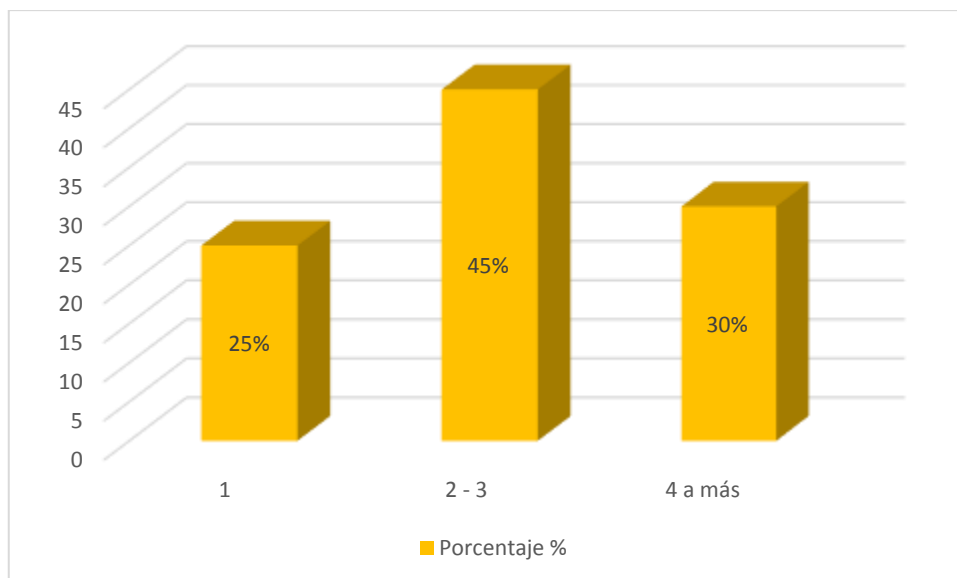


Figura VI-26. Cantidad de días en un tour turístico de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-35 y figura 6-26, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales está en un tour turístico de dos a tres días con un 45%, seguido con un 30% de cuatro a más días.

11) Formas de pago del turista nacional por un tour turístico

Tabla VI-37: Forma de pago de los potenciales clientes nacionales

Variable	Forma	N° de encuestas	Porcentaje %
Forma de pago por un tour turístico	Efectivo	22	55%
	Tarjeta de crédito	16	40%
	Cheque	2	5%
Total		40	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

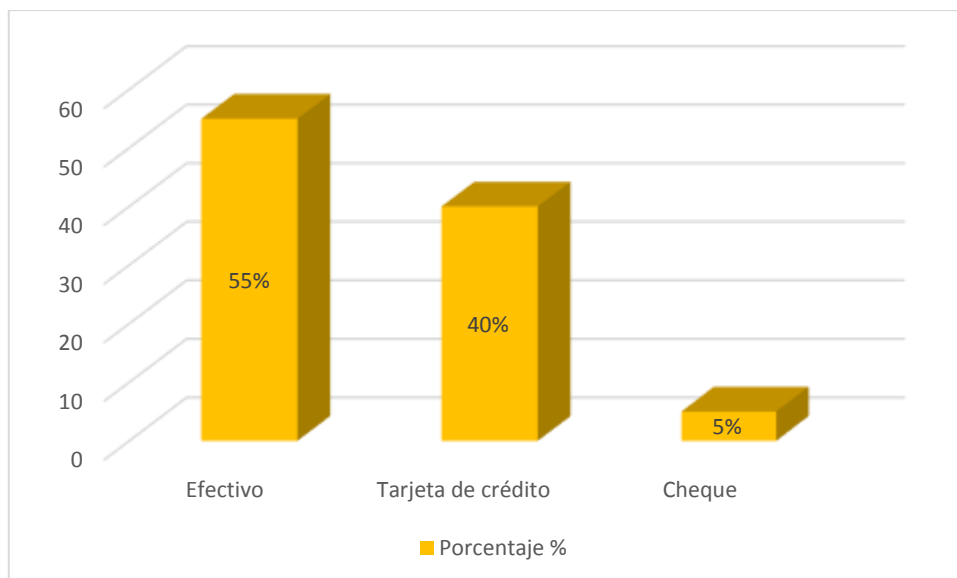


Figura VI-27. Formas de pago por un tour turístico de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-36 y figura 6-27, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales paga en efectivo con un 55%, seguido con un 40% que paga con tarjeta de crédito.

12) Medios de comunicación para la promoción turística

Tabla VI-38: Medios de comunicación de los potenciales clientes nacionales

Variable	Medios	Nº de encuestas	Porcentaje %
Medios de comunicación del turista nacional	Prensa	3	8%
	Revistas	4	10%
	Internet	12	30%
	Guías de viajes	10	25%
	Amigos	8	20%
	Otros	3	8%
	Total		40

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

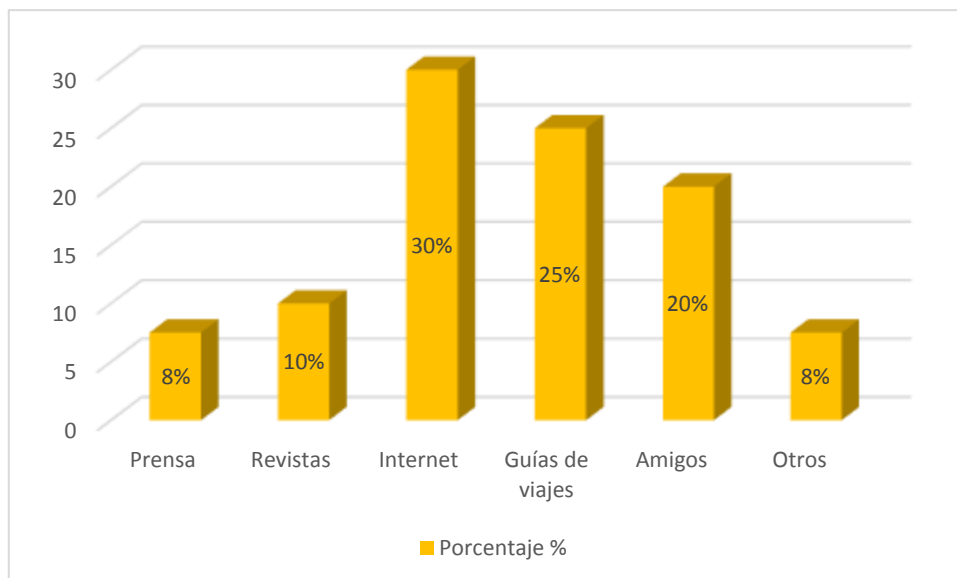


Figura VI-28. Medios de comunicación de los potenciales clientes nacionales.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-37 y figura 6-28, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales nacionales busca donde viajar por internet con un 30%, seguido con 25% busca donde viajar en las guías de viajes y con 20% muestra interés por los comentarios de sus amigos.

3. Análisis de la demanda del turista extranjero

a. Género

Tabla VI-39: Género de los potenciales clientes extranjeros

Variable	N° de encuestas	Porcentaje (%)
Turistas Masculino	45	58%
Extranjeros Femenino	32	42%
Total	77	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

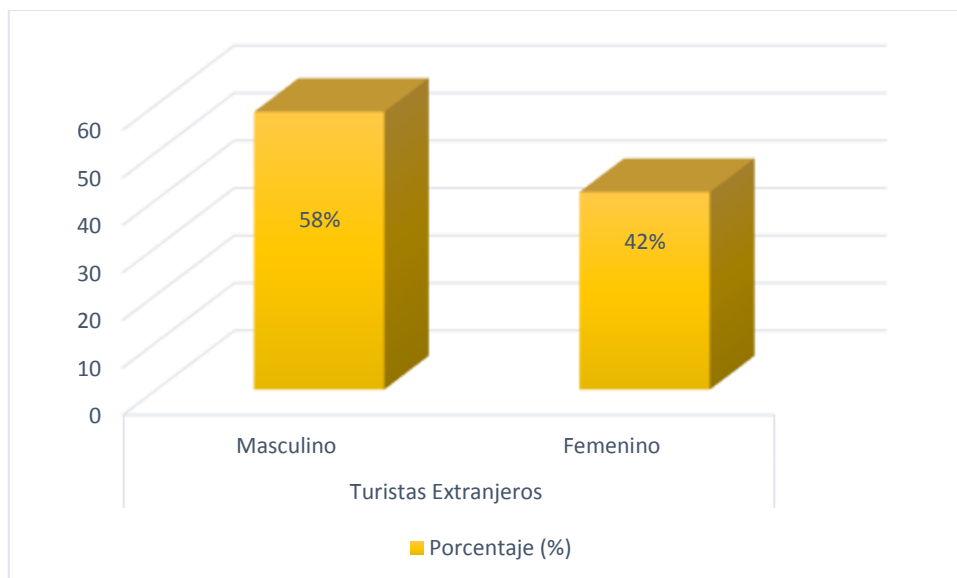


Figura VI-29. Género de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-38 y figura 6-29, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros son de género masculino con un 58%, mientras con un 42% son femeninos.

b. Edad de los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-40: Edad de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Rango de edad	N° de encuestas	Porcentaje %
turista extranjero	46 - más	33	43%
	37 - 45	22	29%
	26 - 36	14	18%
	12 - 25	8	10%
Total		77	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

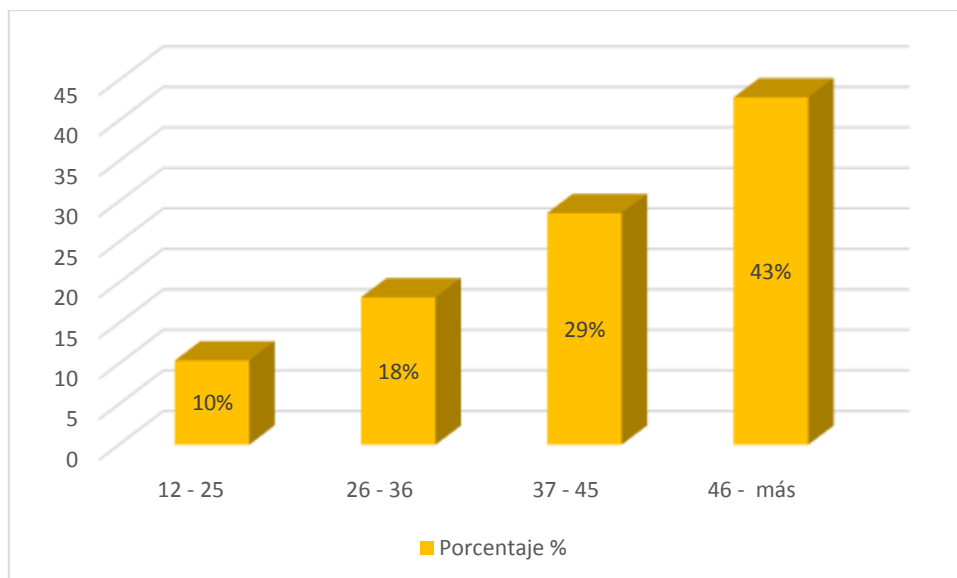


Figura VI-30. Edad de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-39 y figura 6-30, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros son del rango de edad de cuarenta y seis años a más con un 43%, seguido con un 29% con un rango de edad de treinta y siete a cuarenta y cinco años.

c. Procedencia de los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-41: Procedencia de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Procedencia	N° de encuestas	Porcentaje %
Procedencia	Estados Unidos	28	36%
	Inglaterra	14	18%
	Argentina	10	13%
	Alemania	8	10%
	Japón	6	8%
	Suiza	6	8%
	Colombia	3	4%
	Perú	2	3%
	Total		77

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

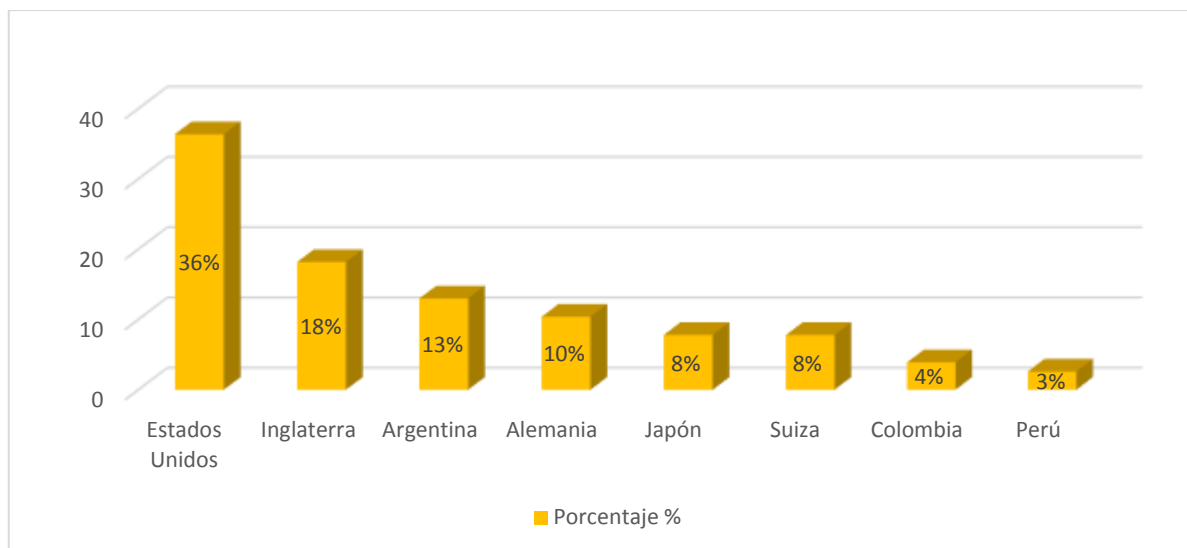


Figura VI-31. Procedencia de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-40 y figura 6-31, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros son de Estados Unidos con un 36%, seguido con un 18% de Inglaterra y con un 13% de Argentina.

d. Nivel de instrucción de los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-42: Nivel de instrucción de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Nivel de estudios	N° de encuestas	Porcentaje %
Nivel de instrucción	Primaria	8	10%
	Secundaria	10	13%
	Superior	32	42%
	Otros	27	35%
Total		77	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

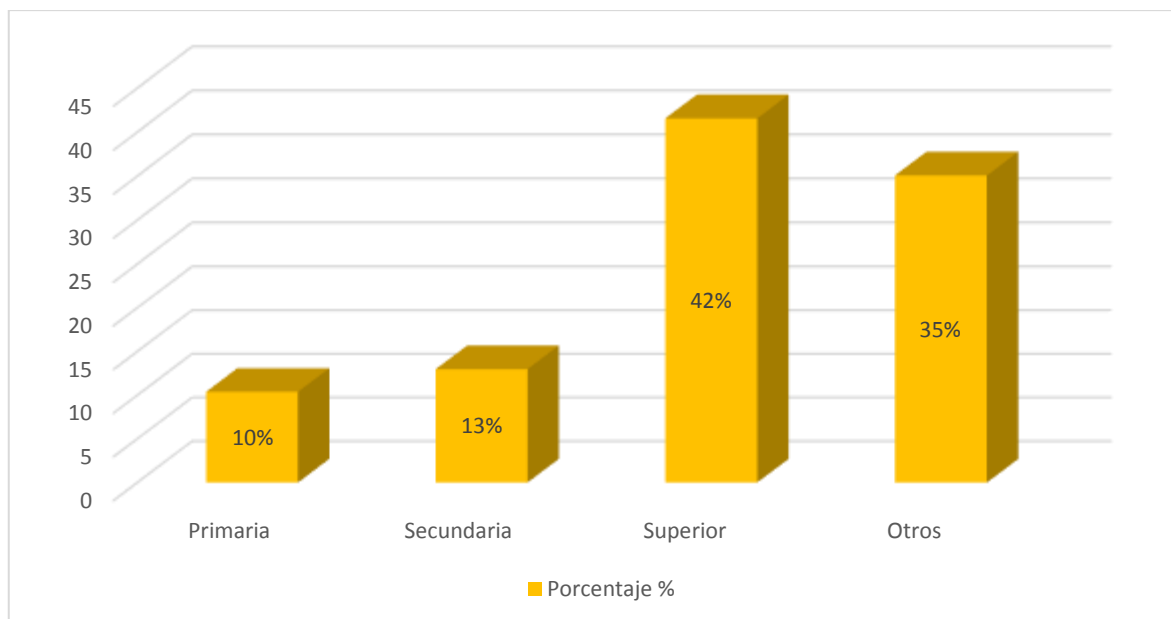


Figura VI-32. Nivel de instrucción de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-41 y figura 6-32, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros tienen estudios superiores con un 42%, seguido con un 35% tienen otros estudios.

e. Realizar actividades turísticas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Tabla VI-43: Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes extranjeros

Realizar actividades turísticas en la comunidad	N° de encuestas	Porcentaje %
Si	77	100%
No		0%
Total	77	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

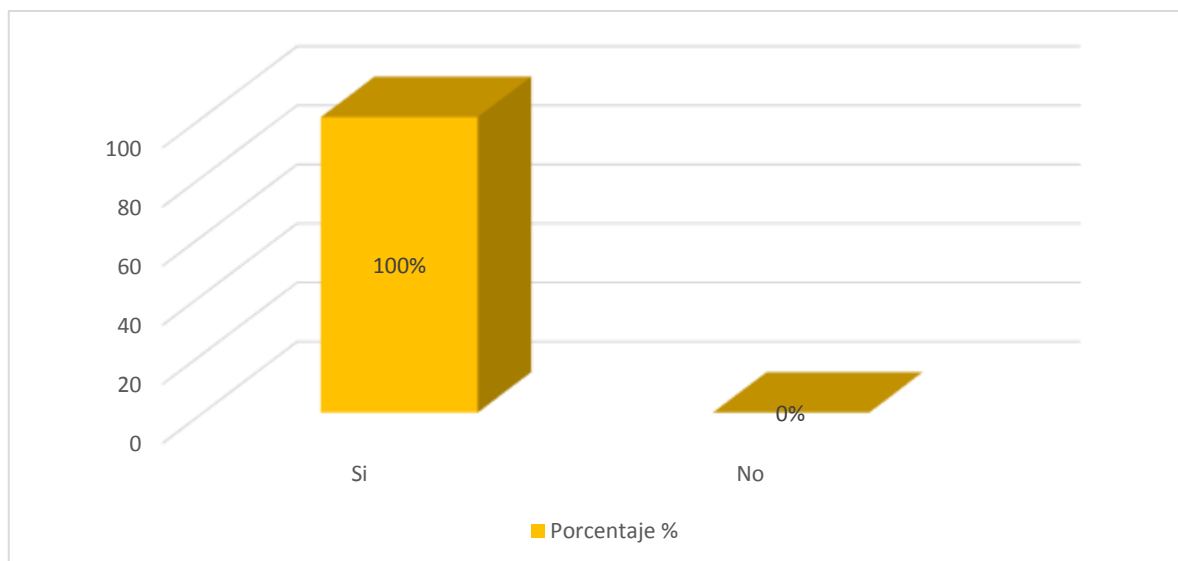


Figura VI-33. Aceptación para realizar actividades turísticas de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-42 y figura 6-33, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros con un 100% si quieren realizar actividades turísticas en la comunidad Kichwa Pañacocha.

f. Actividades turísticas a realizar por los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-44: Actividades turísticas a realizar de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Actividades turísticas	N° de encuestas	Porcentaje %
Actividades turísticas que desean realizar	Turismo vivencial	28	36%
	Aviturismo	21	27%
	Ecoturismo	10	13%
	Turismo de naturaleza	10	13%
	Turismo cultural	8	10%
Total		77	100%

Nota: Entrevistas en la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

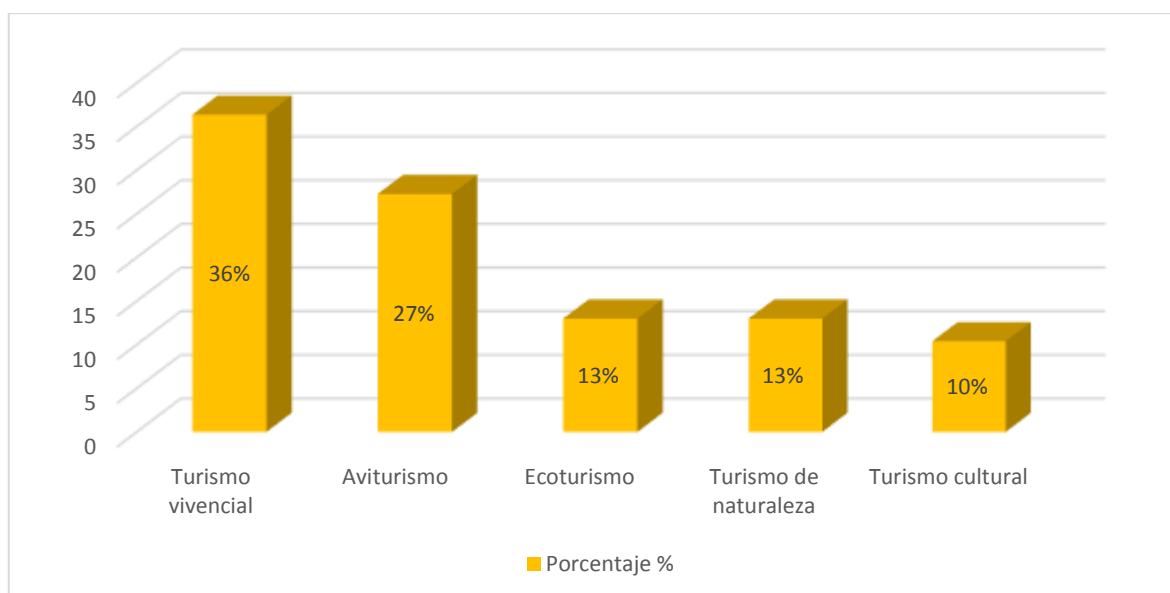


Figura VI-34. Actividades turísticas a realizar de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-43 y figura 6-34, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros quieren realizar la actividad turística de turismo vivencial con un 36%, seguido con un 27% la actividad turística de aviturismo.

g. Motivos de viaje de los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-45: Motivos de viaje de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Motivo de viaje	N° de encuestas	Porcentaje %
Motivo de viaje	Trabajo	5	6%
	Estudios	9	12%
	Feriado	22	29%
	Vacaciones	41	53%
Total		77	100%

Figura 6-35. Motivos de viaje de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

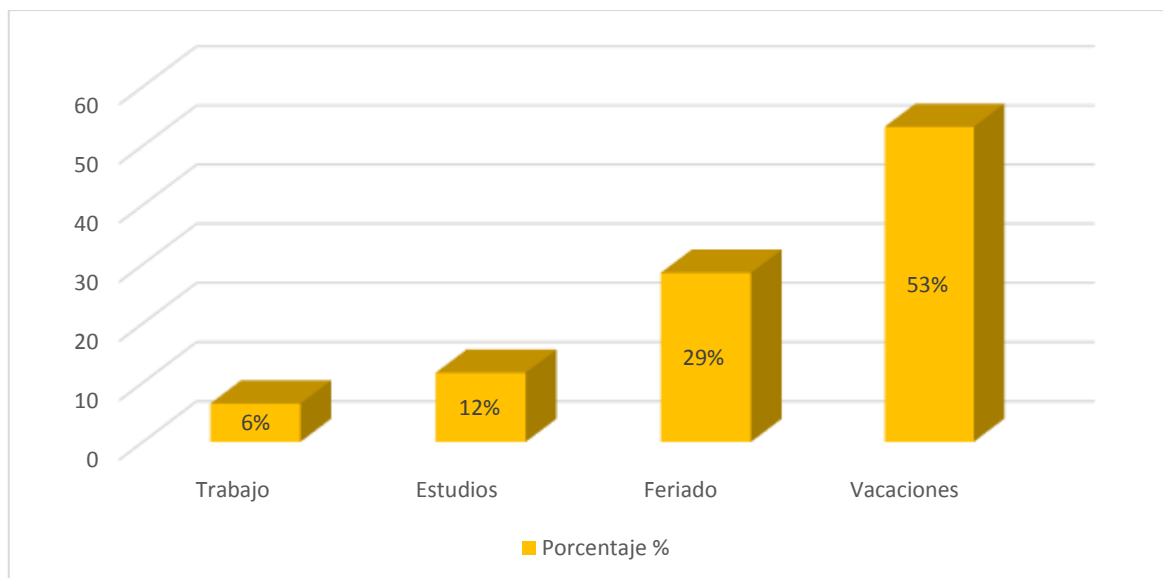


Figura VI-35. Motivos de viaje de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-44 y figura 6-35, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros viajan por motivo de vacaciones con un 53%, seguido con un 29% por motivo de feriados.

h. Con cuántas personas viaja los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-46: Con cuántas personas viajan los potenciales clientes extranjeros

Variable	N° de personas	N° de encuestas	Porcentaje %
Con cuántas personas viaja	Solo	13	17%
	2 - 4	40	52%
	5 a más	24	31%
Total		77	100%

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

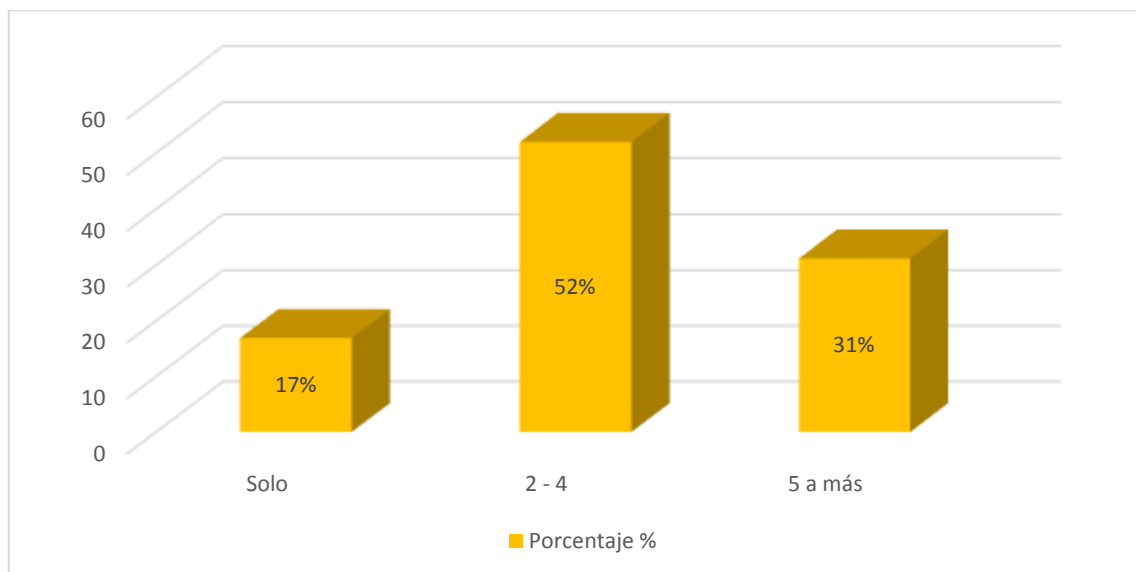


Figura VI-36. Con cuántas personas viaja los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-45 y figura 6-36, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros viajan con un 52% acompañados de dos a cuatro personas, seguidos con un 31% que viajan de cinco a más personas.

i. Gasto diario por un tour turístico de los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-47: Gasto diario de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Cantidad	N° de encuestas	Porcentaje %
Gasto diario por turista	1 - 30	4	5%
	31 - 60	12	16%
	61 - 100	23	30%
	101 a más	38	49%
Total		77	100%

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

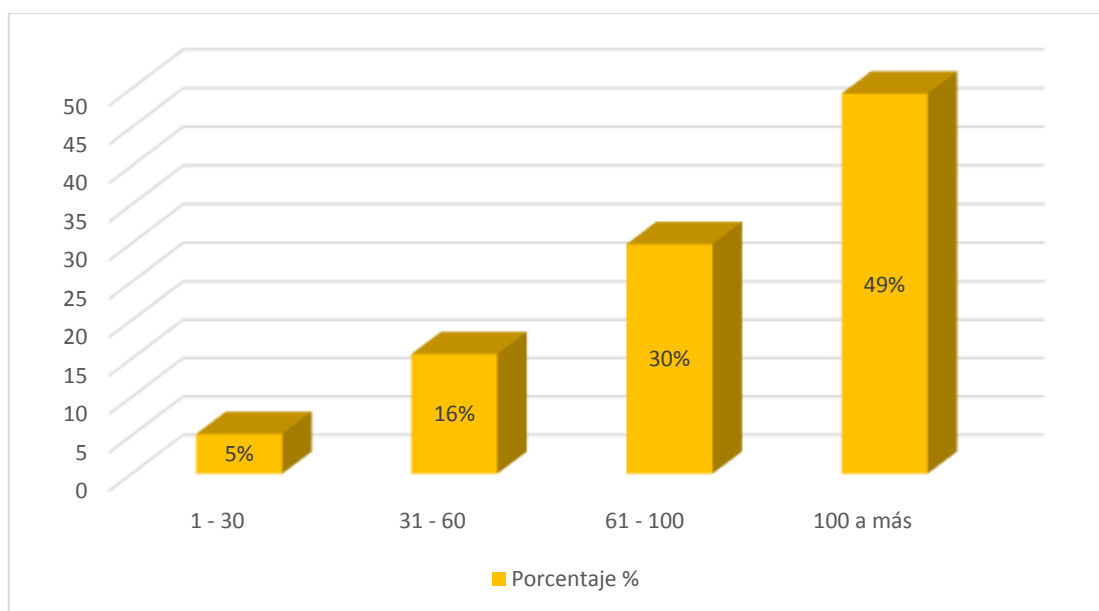


Figura VI-37. Gasto diario de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-46 y figura 6-37, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros gastan en un tour turístico con un 49% de cien a más dólares americanos, seguidos con un 30% de sesenta y un dólares americanos.

j. Cantidad de días pasa en un tour turístico los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-48: Cantidad de días pasa en un tour turístico los potenciales clientes extranjeros

Variable	Cantidad	N° de encuestas	Porcentaje %
Cantidad de días que pasa en un tour turístico	1	8	10%
	2 - 3	26	34%
	4 a más	43	56%
Total		77	100%

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

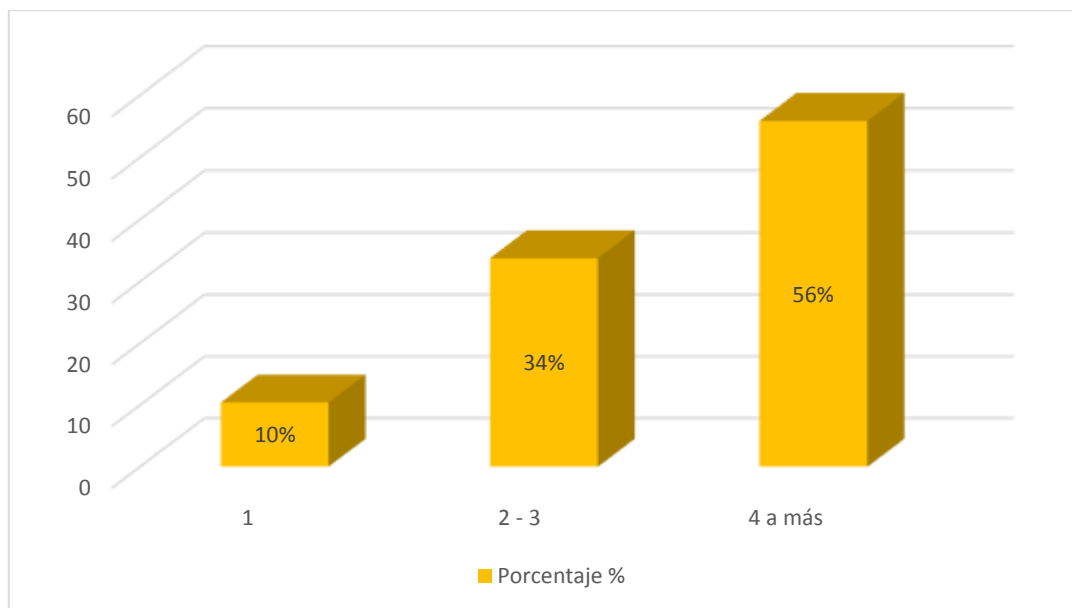


Figura VI-38. Cantidad de días que pasa en un tour turístico los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-47 y figura 6-38, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros pasan en un tour turístico con un 56% de cuatro a más días, seguido con un 34% pasan de dos a tres días en un tour turístico.

k. Formas de pago de los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-49: Formas de pago de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Forma	N° de encuestas	Porcentaje %
Formas de pago por un tour turístico	Efectivo	22	29%
	Tarjeta de crédito	53	69%
	Cheque	2	3%
Total		77	100%

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

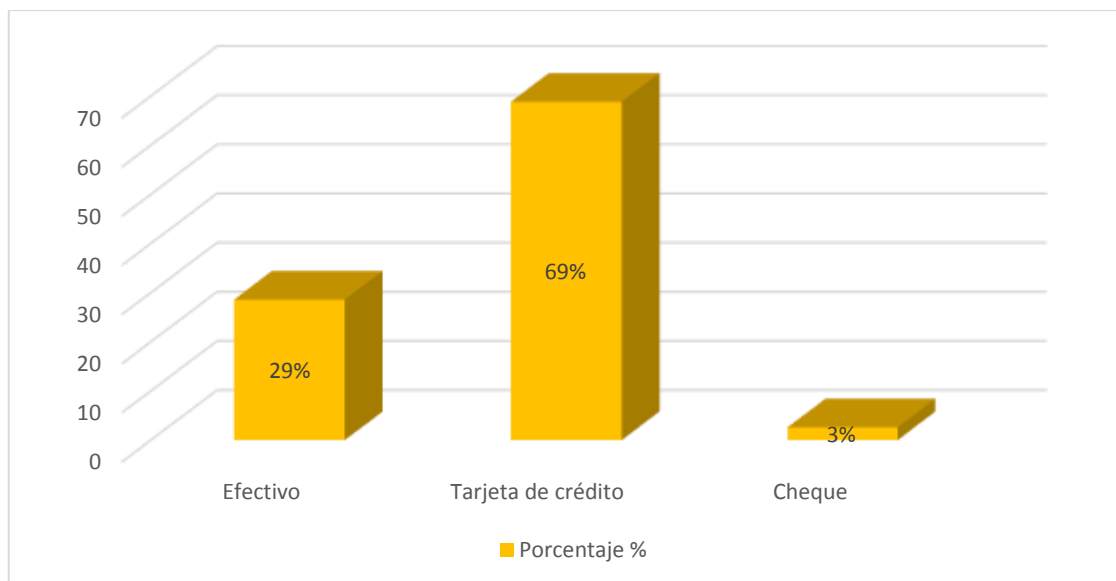


Figura VI-39. Formas de pago de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-48 y figura 6-39, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros su forma de pago con un 69% es la tarjeta de crédito, seguido con un 29% en efectivo.

I. Medios de comunicación para la promoción turística de los potenciales clientes extranjeros

Tabla VI-50: Medios de comunicación de los potenciales clientes extranjeros

Variable	Medios	N° de encuestas	Porcentaje %
Medios de comunicación del turista nacional	Prensa	2	3%
	Revistas	10	13%
	Internet	21	27%
	Guías de viajes	30	39%
	Amigos	9	12%
	Otros	5	6%
	Total		77

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

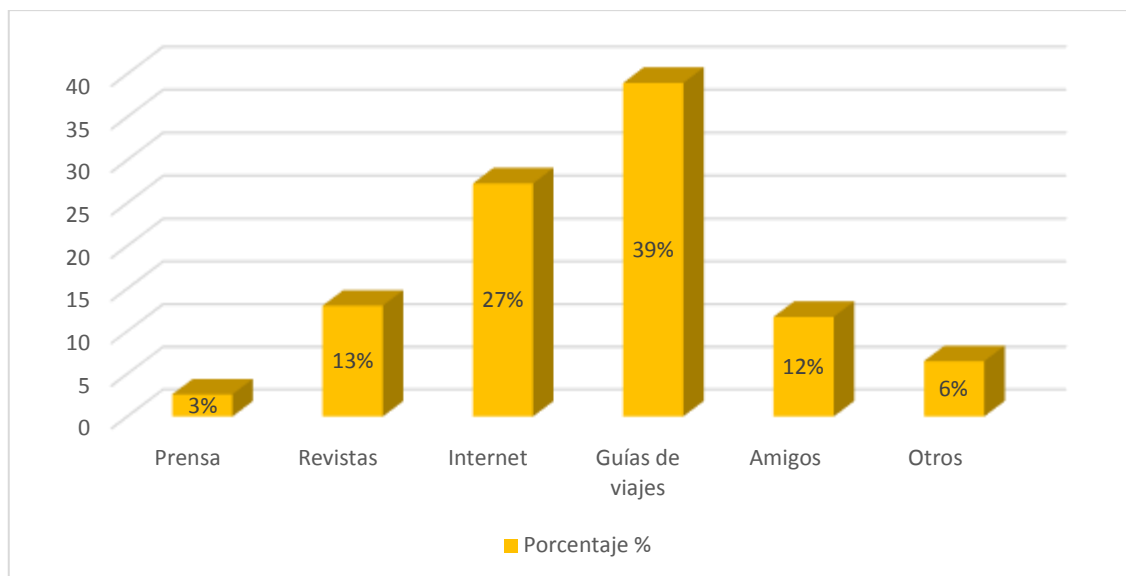


Figura VI-40. Medios de comunicación de los potenciales clientes extranjeros.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la información de la tabla 6-49 y figura 6-40, se determina que el mayor porcentaje de clientes potenciales extranjeros buscan un destino turístico con un 39% en las guías de viajes, seguido con un 27% su búsqueda es en internet.

3. Perfil del turista nacional y extranjero

Tabla VI-51: Perfil del turista nacional y extranjero

Variable	Turista nacional		Turista extranjero	
Género	Masculino	70%	Masculino	58%
	Femenino	30%	Femenino	42%
Edad	37 – 45 con el	45%	46 a más	43%
	26 – 36 con el	25%	37 – 45	29%
Procedencia	Coca	30%	Estados Unidos	36%
	Quito y Shushufindi	23%	Inglaterra	18%
	Lago agrio	15%	Argentina	13%
	Guayaquil	10%	Alemania	10%
			Japón	8%
			Suiza	8%
			Colombia	4%
			Perú	3%
Nivel de instrucción	Secundaria	53%	Superior	42%
	Primaria	20%	Otros	35%
Aceptación para realizar actividades turísticas en la comunidad	Si	95%	Si	100%
	No	5%	No	0%
Actividades turísticas que desean realizar en la comunidad	Turismo vivencial	38%	Turismo vivencial	36%
	Ecoturismo	23%	Aviturismo	27%
	Aviturismo	18%	Ecoturismo	13%
	Turismo de naturaleza	15%	Turismo de naturaleza	13%
	Turismo cultural	8%	Turismo cultural	10%
Motivos de viaje	Vacaciones	50%	Vacaciones	53%
	Feriado	38%	Feriado	29%
	Trabajo	13%	Estudios	12%
	Estudios	0%	Trabajo	6%
Con cuantas personas viaja	2 – 4	43%	2 – 4	52%
	5 a más	35%	5 a más	31%
	Solo	23%	Solo	17%
Gasto económico diario	31 – 60	38%	101 a más	49%
	61 – 100	30%	61 – 100	30%
Cantidad de días en un tour turístico	2 – 3	45%	4 a más	56%
	4 a más	30%	2 – 3	34%
Formas de pago	Efectivo	55%	Tarjeta de crédito	69%
	Tarjeta de crédito	40%	Efectivo	29%
Medios de comunicación	Internet	30%	Guías de viaje	39%
	Guías de viaje	25%	Internet	27%
	Amigos	20%	Revistas	13%
			Amigos	12%

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

4. Demanda actual

a. Demanda actual por clientes

Para este análisis se consideró el nivel de aceptación para realizar actividades turísticas en la comunidad Kichwa Pañacocha, realizando un cálculo promedio entre los turistas nacionales y extranjeros, con un 97,5% de aceptación de los turistas nacionales y extranjeros de acuerdo a la tabla 6-50. A partir de esto se obtiene la siguiente información:

Aceptación: 97,5%

Universo de estudio: 6.350

Demanda actual: $6.350 * 97,5\% = 6.191$

b. Demanda actual por productos

Para este análisis se realizó un cálculo promedio entre los porcentajes de los turistas nacionales y extranjeros.

Tabla VI-52: Demanda actual por productos

Actividades	Porcentaje	Demanda actual por producto 6.191 *%
Turismo vivencial	37%	2.291
Ecoturismo	18%	1.114
Aviturismo	22%	1.362
Turismo de naturaleza	14%	867
Turismo cultural	9%	557

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

5. Demanda futura

La demanda futura se calculó de acuerdo a la demanda actual, aplicando la fórmula de incremento compuesto: $C_n = C_o (1+i)^n$

Donde:

C_n: el año a proyectar

C_o: el número de turistas

i: índice de crecimiento de turistas anual

Según el Ministerio de Turismo, el crecimiento anual del turismo interno es del 18%, por razones de cálculo se considerará un valor relativo del 5% de movimiento turístico interno.

a. Demanda futura de clientes

Tabla VI-53: Demanda futura por clientes

Año	Demanda futura por clientes
2019	6.501
2020	6.826
2021	7.167
2022	7.525
2023	7.901

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

b. Demanda futura por productos

Tabla VI-54: Demanda futura por productos

Año	Demanda futura por clientes	Turismo vivencial 37%	Aviturismo 22%	Ecoturismo 18%	Turismo de naturaleza 14%	Turismo cultural 9%
2019	6.501	2.405	1.430	1.170	910	585
2020	6.826	2.526	1.502	1.229	956	614
2021	7.167	2.562	1.577	1.290	1.003	645
2022	7.525	2.784	1.656	1.354	1.054	677
2023	7.901	2.923	1.738	1.422	1.106	711

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

6. Análisis de la competencia

a. Competencia actual

Se consideró como competencia actual a operadoras locales que ofertan productos similares a los propuestos por la comunidad Kichwa Pañacocha.

Tabla VI-55: Competencia actual

Lodge	Turistas anuales	Actividades
Eden Amazon Lodge	1500	Caminatas diurnas en la selva, pesca deportiva, aviturismo, caminatas

		nocturnas en la selva, canotaje en la laguna, turismo cultural.
Amazon Dolphin Lodge	600	Caminatas diurnas en la selva, pesca deportiva, aviturismo, caminatas nocturnas en la selva, canotaje en la laguna.
Paradise Lodge	500	Caminatas, pesca deportiva, aviturismo, caminatas nocturnas en la selva, canotaje en la laguna.
TOTAL	2600	

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

b. Competencia futura

Tabla VI-56: Competencia futura

Año	Competencia
2019	2.730
2020	2.867
2021	3.010
2022	3.161
2023	3.319

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

7. Análisis de la demanda frente a la competencia

Tabla VI-57: Demanda frente competencia

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA
2019	6.501	2.730	3.771
2020	6.826	2.867	3.959
2021	7.167	3.010	4.157
2022	7.525	3.161	4.364
2023	7.901	3.319	4.582

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

8. Análisis de competencia por producto

Tabla VI-58: Análisis de competencia por producto

Año	Competencia futura	Turismo de aventura 37%	Aviturismo 22%	Ecoturismo 18%	Turismo de naturaleza 14%	Turismo cultural 9%
2019	2.730	1.010	601	491	382	246
2020	2.867	1.061	631	516	401	258
2021	3.010	1.114	662	542	421	271
2022	3.161	1.170	695	569	442	284
2023	3.319	1.228	730	597	465	299

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

9. Plan mercado técnico

a. Logotipo del producto



Figura VI-41. Logotipo de la empresa turística.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

b. Slogan

“Pañacocha un encanto natural y cultural”.

c. Figuras

- **Mono:** Representa la riqueza de fauna que existe en la comunidad Kichwa Pañacocha.
- **Árbol:** Representa la riqueza en flora existente en la comunidad Kichwa Pañacocha.
- **Casa:** Representa la riqueza cultural del pueblo kichwa amazónico de la comunidad Pañacocha.

d. Colores

- **Verde:** El color verde es protagonista de casi todo lo que hace la madre naturaleza. Es un color vital y energético porque nos recuerda a la vida en la Tierra. Ese lugar al que algunos gustan en llamar “planeta verde”, Mosqueda.

Es el color de la juventud, de la esperanza, de la seguridad, de lo tranquilizador y el recogimiento, Carreras Olga, 2008.

- **Naranja:** Está muy asociado con la juventud y la extraversión, y con frecuencia es garantía de emociones fuertes. Las personas que más lo usan suelen ser vitales, amantes de la diversión y gozar de una vida social intensa, Nuñez, 2014.

El color naranja es uno de los colores secundarios que se asocia con lo exótico, la diversión y el entusiasmo, Guzmán Grecia, 2007.

- **Blanco:** Es la suma o síntesis de todos los colores y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia. Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz y significa paz o rendición en la cultura occidental, Echarri.

El blanco representa la pizarra limpia, nos ayuda en momentos de estrés, y nos ayuda a seguir adelante y a poner el pasado atrás, Bizzocchi Alfredo, 2010.

e. Diseño de medios

1) Anuncio de radio

Música de fondo: The unanswered question **Autor:** Charles Ives

Eres amante de la aventura de la belleza natural ven y vive una experiencia turística única en Pañacocha tourist experience. Un recorrido que se lo hace por los mejores atractivos de la comunidad Kichwa Pañacocha, acompañadas con un paisaje único de la amazonia ecuatoriana.

2) Anuncio para la televisión

Música de fondo: The unanswered question **Autor:** Charles Ives

Se contrataría un spot publicitario para televisión de 30 segundos, en el cual se muestran clips de los principales atractivos que posee la comunidad Kichwa Pañacocha. Con el siguiente guion: Eres amante de la aventura de la belleza natural ven y vive una experiencia turística única en Pañacocha tourist experience. Un recorrido que se lo hace por los mejores atractivos de la comunidad Kichwa Pañacocha, envueltas del mejor paisaje de la amazonia ecuatoriana, en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos.

3) Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización se basaron en el estudio de mercado de las 4C (consumidor, costo, conveniencia y comunicación) que se detallan a continuación:

a) Estrategia 1: Consumidor (Producto)

- **Definición del logotipo turística:** El producto debe poseer una marca que lo identifique, sea capaz de tener posicionamiento autentico, creativo, llamativo, diferente, que englobe las preferencias y gustos del consumidor y motivando a su promoción.

Como se puede apreciar en la figura 6-41 el logotipo turístico reúne todos estos aspectos para poder posesionarse en el mercado turístico.

- **Adecuación de las facilidades para servicios de calidad y la estructuración de paquetes turísticos:** Es importante la creación de los paquetes turísticos en base a los gustos y preferencias del turista, la implementación de señalética informativa, orientativa e interpretativa para facilitar el acceso a los atractivos turísticos y el mejoramiento de la planta turística existente que presten servicios de calidad.

Tomando en cuenta este concepto se ha diseñado los siguientes paquetes turísticos:

Tabla VI-59: Paquetes turísticos

N°	NOMBRE DEL PAQUETE	TIEMPO DE DURACION	PRECIO
1	Pañacocha encanto natural y cultural.	4 días 3 noches	255,00
2	Pañacocha cultural	2 días 1 noches	200,00

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

- **Determinar el valor agregado para el producto turístico:** El producto turístico está diseñado por actividades en contacto con la naturaleza y cultura que permiten la atracción a los turistas nacionales y extranjeros, promocionando a la comunidad Kichwa Pañacocha como destino turístico.
 - **Generar ingresos económicos por la localidad:** Mediante la prestación de servicios de calidad como se puede ver en el estudio técnico.
 - **Realizar actividades turísticas:** Tanto actividades del tipo natural y cultural, con el fin de promover la interacción entre los visitantes y la población local.
 - **Programas de capacitación para los prestadores de servicios turísticos:** Con la finalidad de brindar un servicio de calidad se ejecutan programas de capacitación para los involucrados directamente con la operación del producto turístico en la comunidad Pañacocha.
- b) **Estrategia 2: Costo (Pago)**
- **Formas de pago:** Las reservaciones se realizan vía telefónica o página web, mediante el pago del 50% por medio de transferencia bancaria, depósitos en la cuenta de la empresa y el otro 50% se cancela al momento de la llegada al centro de turismo y la otra forma de pago: sería el pago del 100% del paquete turístico.
 - **Creación y actualización de los precios:** Los precios ofertados se actualizarán periódicamente a los diferentes grupos de visitantes y también dependiendo de la temporalidad de visita.
- c) **Estrategia 3: Convivencia**
- **Alianzas con instituciones:** Posicionamiento turístico con el objetivo de incrementar la demanda nacional e internacional dentro de la comunidad Pañacocha.

Tabla VI-60: Paquetes turísticos

Canales	Táctica	Políticas de funcionamiento
Directo	Presentación y promoción de las oficinas de atención para la venta y operación del producto.	Proporcionar información clara, precisa y sencilla del centro turístico.
	Venta del producto de forma directa en el sitio web y redes sociales.	Venta directa de los compradores y vendedores.
	Establecer alianzas con instituciones educativas de nivel primario y superior con la	Entrega de material de promoción.

provincia de Sucumbíos y Orellana con la finalidad de brindar un espacio recreacional.

Participación en ferias de turismo.

Establecer alianzas con el GAD Parroquial.

Indirecto	Alianzas estratégicas con operadoras y agencias a nivel local y nacional.	Contacto con operadoras y presentar el producto.
	Alianzas con servicios de hospedaje.	Acuerdos y descuentos por grupos.
	Alianzas estratégicas con entidades públicas (MINTUR, MAE MAE Y GADs).	

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

- **Agencias de viajes y operadoras turísticas:** Ofrecer el producto turístico de la comunidad Pañacocha y que pueda posesionarse en el mercado, por lo cual se han considerado las siguientes:

Tabla VI-61: Agencias de viajes y operadoras turísticas

NOMBRE DE LA EMPRESA	TIPO DE EMPRESA	CATEGORÍA
Orellana		
Witoto CIA. LTDA	Operadora turística	Internacional
Oroagency CIA . LTDA	Agencia de viajes	Internacional
Wildlife amazon CIA. LTDA	Agencia de viajes	Internacional
Ambasador tour CIA. LTDA	Agencia de viajes	Internacional
Sumak Allpa tour	Agencia de viajes	Internacional
Amazon travel tourist	Agencia de viajes	Internacional
Sucumbíos		
Azutur CIA. LTDA	Operadora turística	Nacional
Biotravel CIA. LTDA	Operadora turística	Internacional
Cuyabeno tour	Operadora turística	Internacional
Siona tour	Operadora turística	Internacional

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

d) **Estrategia 4: Comunicación (Promoción)**

- **Página web**



Figura VI-42. Página web de la empresa turística.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

- **Facebook**



Figura VI-43. Red social de la empresa turística.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

- **Trípticos**



Figura VI-44. Tríptico de la empresa turística.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

- **Chapa con clip**



Figura VI-45. Souvenir de la empresa turística.

Nota: Entrevistas en la Comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

10. Requerimientos del área comercial

a. Talento humano para área comercial

Tabla VI-62: Talento humano para área comercial

Denominación	Cant	Remuneración mensual	Gasto anual
Asistente de ventas	1	664,52	7.974,21
Mesero	2	594,26	7.131,08
TOTAL			22.236,36

Nota: Salarios mínimos sectoriales 2018

Elaborado por: Andres Rivadeneira

El rol de pagos para el representante de ventas se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 0,09% y el aporte patronal al 0,11%, así también se calculó el rol de pagos a partir del año de actividad en el cual se tomó en cuenta el fondo de reserva el cual se calculó a una tasa del 8,33% establecido en la tasa de aportaciones del IESS.

b. Materiales e insumos para área comercial

Tabla VI-63: Materiales e insumos del área comercial

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto anual
Antes del funcionamiento			
Adecuaciones del área de ventas	1	150,00	150,00
SUBTOTAL			150,00
Durante el funcionamiento			
Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto anual
Resma de papel bond	25	4,00	100,00
Caja de esferos	3	3,00	9,00
Caja de lápices	3	3,00	9,00
Marcadores	3	4,00	12,00
Carpeta	20	0,75	15,00
Corrector liquido	3	0,75	2,25
Caja de Borrador	1	2,00	2,00
Caja de clips	3	1,50	4,50
Etiqueta memoria	2	0,50	1,00
Caja de grapas	3	1,50	4,50
Carpeta archivero	10	3,00	30,00
CDs	10	0,75	7,50
Flash memory	1	25,00	25,00
Recarga de cartuchos de tinta impresora	5	15,00	75,00
Botellón de agua	12	1,50	18,00

SUBTOTAL	314,75
TOTAL	464,75

Elaborado por: Andres Rivadeneira

c. **Materiales de promoción y publicidad para área comercial**

Tabla VI-64: Materiales de promoción y publicidad del área comercial

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto anual
Antes del funcionamiento			
Volantes	1.000	0,20	200,00
Trípticos	1.000	0,20	200,00
Página web	1	200,00	200,00
SUBTOTAL			600,00
Durante el funcionamiento			
Volantes	1.000	0,20	200,00
Trípticos	1.000	0,20	200,00
SUBTOTAL			400,00
TOTAL			1.000,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

d. **Promoción y publicidad del área comercial**

Tabla VI-65: Promoción y publicidad del área comercial

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto anual
Antes del funcionamiento			
Spots en televisión	3	650,00	1.950,00
Spots en radio	3	45,00	135,00
Capacitación para personal de trabajo	1	200,00	200,00
SUBTOTAL			2.285,00
Durante el funcionamiento			
Spots en televisión	3	650,00	1.950,00
Spots en radio	3	45,00	135,00
Sitio web	1	200,00	200,00
Capacitación para personal de trabajo	1	200,00	200,00
SUBTOTAL			2.485,00
TOTAL			4.770,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

e. **Activos fijos para área comercial**

Tabla VI-66: Activos fijos del área comercial

Tipo	Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto
Terrenos	Terreno	25m ²	12.000,00	12.000,00
Construcciones y edificaciones	Oficina	25m ²	4.500,00	4.500,00
Muebles y enseres	Escritorio	1	150,00	150,00
	Silla	3	60,00	180,00
	Muebles	1	180,00	180,00
	Archivador	1	60,00	60,00
	Anaqueles	1	60,00	60,00
	Cuadros/Fotografías	4	10,00	40,00
	Vajilla	1	15,00	15,00
	Tapete	2	3,50	7,00
	Maceta	2	10,00	20,00
Maquinaria y equipos	Televisor	1	500,00	500,00
	DVD	1	100,00	100,00
	Reloj de pared	1	15,00	15,00
	Cafetera	1	30,00	30,00
	Dispensador de agua	1	30,00	30,00
Equipo de computo	Computador portátil	1	650,00	650,00
	Impresora	1	300,00	300,00
TOTAL				18.837,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

f. **Activos diferidos del área comercial**

Tabla VI-67: Activos diferidos del área comercial

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto
Adecuaciones del área de ventas	1	150,00	150,00
Volantes	1.000	0,20	200,00
Trípticos	1.000	0,20	200,00
Página web	1	200,00	200,00
Spots en televisión	3	650,00	1.950,00
Spots en radio	3	45,00	135,00
Capacitación para personal de trabajo	1	200,00	200,00
TOTAL			3.035,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

g. Requerimientos del área comercial

Tabla VI-68: Requerimientos del área comercial

Denominación	Gasto
Talento humano	22.236,36
Materiales e insumos	464,75
Promoción y publicidad	5.770,00
Activos fijos	18.837,00
Activos diferidos	3.035,00
TOTAL	50.343,11

Elaborado por: Andres Rivadeneira

2. Estudio técnico

a. Tamaño del proyecto

1) Determinación de la capacidad operativa del proyecto

a) Capacidad operativa para clientes futuros adicionales

Tabla VI-69: Capacidad operativa para clientes futuros adicionales

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
		8%
2019	3.771	302
2020	3.959	317
2021	4.157	333
2022	4.364	349
2023	4.582	367

Nota: Estudio de demanda

Elaborado por: Andres Rivadeneira

La capacidad operativa se calculó a partir de la demandad insatisfecha proyectada al 8% de la totalidad de la demanda insatisfecha, esta es la demanda que se puede captar y está en la capacidad de operación del proyecto para poder recibir este número de turistas adicional.

b) Capacidad operativa de clientes futuros adicionales por producto

Tabla VI-70: Capacidad operativa de clientes futuros adicionales por producto

Año	Capacidad operativa por productos	Turismo vivencial	Aviturismo	Ecoturismo	Turismo de naturaleza	Turismo cultural
		37%	22%	18%	14%	9%
2019	302	112	66	54	42	27

2020	317	117	70	57	44	29
2021	333	123	73	60	47	30
2022	349	129	77	63	49	32
2023	367	136	81	66	51	33

Elaborado por: Andres Rivadeneira

La capacidad operativa de clientes futuros adicionales por producto se calcula con el fin de adicionar al número de turistas que se atenderán en capacidad del tamaño del proyecto.

c) **Consumo aparente de clientes futuros**

Tabla VI-71: Consumo aparente de clientes futuros

AÑO	Demanda objetiva por clientes	CONSUMO APARENTE				
		Semestral	Trimestral	Mensual	Semanal	Diario
2019	302	151	76	25	6	1
2020	317	159	79	26	7	1
2021	333	167	83	28	7	1
2022	349	175	87	29	7	1
2023	367	184	96	31	8	1

Elaborado por: Andres Rivadeneira

2) **Localización del proyecto**

a. **Macro localización**

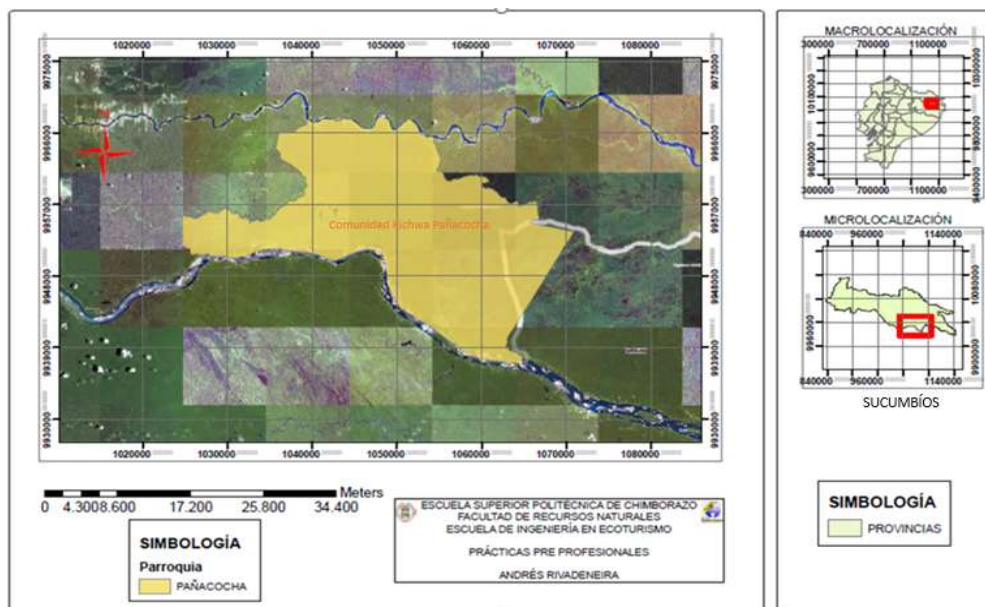


Figura VI-46. Macro localización de la comunidad Kichwa Pañacocha

Elaborado por: Andres Rivadeneira

b. Micro localización



Figura VI-47. Micro localización de la comunidad Kichwa Pañacocha

Nota: Google maps

Elaborado por: Andres Rivadeneira

b. Requerimientos para el área productiva

1) Mano de obra directa del área productiva

Tabla VI-72: Mano de obra directa del área productiva

Denominación	Cant	Remuneración mensual	Gasto anual
Guía nativo	3	875,30	31.510,84
Chef	1	945,56	11.346,75
Ayudante de cocina	1	594,26	7.131,08
Chofer	1	594,26	7.131,08
Camarera	2	678,57	16.285,67
Motorista	2	594,26	14.262,15
TOTAL			87.667,57

Nota: Salarios mínimos sectoriales 2018

Elaborado por: Andres Rivadeneira

El rol de pagos para el representante de ventas se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 0,09% y el aporte patronal al 0,11%, así también se calculó el rol de pagos a partir

del año de actividad en el cual se tomó en cuenta el fondo de reserva el cual se calculó a una tasa del 8,33% establecido en la tasa de aportaciones del IESS.

2) Materiales e insumos del área productiva

Tabla VI-73: Materiales e insumos del área productiva

Denominación	Costo unitario	Gasto anual
Box Luch	2,00	14.364,00
Desayunos	3,00	10.773,00
Almuerzo	3,00	10.773,00
Hospedaje	15,00	53.865,00
		89.775,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

3) Activos fijos del área productiva

Tabla VI-74: Activos fijos del área productiva

Tipo	Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto
Terrenos	Lodge	2ha	30.000,00	60.000,00
	Garaje vehicular	10m ²	5.000,00	5.000,00
Construcciones y edificaciones	Lodge	1	40.000,00	80.000,00
	Garaje	1	2.500,00	2.500,00
Maquinaria y equipos	Botas	30	8,00	240,00
	Poncho de agua	30	5,00	150,00
	Caña de pescar completa	10	50,00	500,00
	Linterna de mano	6	15,00	90,00
	Cooler grande	1	80,00	80,00
	Cámara fotográfica	1	400,00	400,00
	Canoa de transporte fluvial de 40 personas	1	50.000,00	50.000,00
	Canoa de transporte de 10 personas	2	2.000,00	4.000,00
	Canoa de kayak	3	600,00	1.800,00
	Chaleco salvavidas	30	20,00	600,00
	Motor fuera de borda 100 ecológico	1	10.000,00	10.000,00
Motor fuera de borda 15 ecológico	3	1.200,00	3.600,00	
Vehículos	Minivan	1	28.000,00	28.000,00
TOTAL				230.960,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

4) **Activos diferidos del área productiva**

Tabla VI-75: Activos diferidos del área productiva

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto
Capacitación para personal de trabajo	1	400,00	400,00
TOTAL			400,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

5) **Requerimientos del área productiva**

Tabla VI-76: Requerimientos del área productiva

Denominación	Gasto
Talento humano	87.667,57
Materiales e insumos	89.775,00
Activos fijos	230.960,00
Activos diferidos	400,00
TOTAL	408.802,57

Elaborado por: Andres Rivadeneira

c. **Proceso productivo de paquetes turísticos**

Tabla VI-77: Paquetes turísticos de Pañacocha

N°	NOMBRE DEL PAQUETE	TIEMPO DE DURACION	PRECIO
1	Pañacocha encanto natural y cultural.	4 días 3 noches	255,00
2	Pañacocha cultural.	2 días 1 noches	200,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

1) **Proceso productivo para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural**

Tabla VI-78: Proceso productivo para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural

DÍA	HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	8:00-8:30	Transfer a los turistas desde el aeropuerto del Coca hasta el puerto de la marina.	Chofer
	8:30-9:00	Bienvenida a los visitantes e Instrucciones de las actividades que se	Guía
	9:00-9:10	van a desempeñar.	Guía

	Subirse a la embarcación de transporte fluvial.		
	9:10-10:00	Box lunch	Guía
	9:00-12:30	Viaje por la ribera del río Napo hasta la comunidad Kichwa Pañacocha.	Motorista
	12:30-13:30	Almuerzo.	Hotel
	13:30-15:00	Instalación de los turistas en sus habitaciones.	Guía
	15:00-17:00	Viaje hacia la comunidad para convivencia en la comunidad Kichwa Pañacocha.	Motorista
	16:00-16:30:	Box lunch	Guía
	17:00-18:00	Viaje de retorno al hotel.	Motorista
	18:00-19:30	Cena.	Hotel
	19:30-5:30	Descanso	Hotel
2	5:30-7:00	Observación de aves en el sendero del bosque protector Pañacocha.	Guía
	7:00-8:30	Desayuno.	Hotel
	8:30-9:00	Instrucciones para realizar la caminata en el sendero Cuyabeno.	
	9:00-11:30	Caminata en el sendero Cuyabeno.	Guía
	10:30-11:00	Box lunch.	Guía
	11:30-12:00	Descanso.	Hotel
	12:00-13:00	Almuerzo.	Hotel
	13:00-17:00	Recorrido por las lagunas de Pañacocha.	Guía
	16:00-17:00	Box lunch.	Guía
	17:00-18:00	Descanso.	Guía
	18:00-19:00	Cena.	Hotel
	20:00- 22:00	Recorrido en la laguna para observar fauna nocturna.	Guía
	22:00-7:30	Descanso.	Hotel

3	7:30-8:30	Desayuno.	Hotel
	8:30-9:00	Transfer hacia la comunidad Kichwa Pañacocha.	Motorista
	9:00-12:00	Turismo vivencial con la comunidad Kichwa Pañacocha.	Comunidad-Guía
	10:00-11:00	Box lunch.	Guía
	12:00-13:30	Almuerzo.	Comunidad
	13:30-17:00	Turismo vivencial con la comunidad Kichwa Pañacocha.	Comunidad-Guía
	16:00-17:00	Box lunch	Guía
	17:00-17:30	Transfer hacia el hotel.	Motorista
	17:30-18:00	Descanso	Hotel
	18:00-19:30	Cena	Hotel
	19:30-21:00	Conversatorio sobre su vivencia turística.	Guía
	21:00-6:30		Hotel
4	6:30-9:00	Descanso.	Motorista
		Transfer hacia la ciudad del Coca y aeropuerto.	
	7:30-8:30	Box lunch	Guía

Elaborado por: Andres Rivadeneira

2) Proceso productivo para el paquete Pañacocha cultural

Tabla VI-79: Proceso productivo para el paquete Pañacocha cultural

DÍA	HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	8:00-8:30	Transfer a los turistas desde el aeropuerto del Coca hasta el puerto de la marina.	Chofer
	8:30-9:00	Bienvenida a los visitantes e Instrucciones de las actividades que se van a desempeñar.	Guía
	9:00-9:10	Subirse a la embarcación de transporte fluvial.	Guía
	9:10-10:00	Box lunch	Guía
	9:00-12:30	Viaje por la ribera del río Napo hasta la comunidad Kichwa Pañacocha.	Motorista
	12:30-13:30	Almuerzo.	Hotel

	13:30-15:00	Instalación de los turistas en sus habitaciones.	Guía
	15:00-15:30	Viaje hacia la comunidad en la comunidad Kichwa Pañacocha.	Motorista
	15:30-18:00	Turismo vivencial en la comunidad Kichwa Pañacocha.	Comunidad
	16:00-16:30	Box lunch	Guía
	17:00-17:30	Viaje de retorno al hotel.	Motorista
	18:30-19:30	Cena.	Hotel
2	19:30-5:30	Descanso	Hotel
	6:30-9:00	Transfer hacia la ciudad del Coca y aeropuerto.	Motorista
	7:30-8:30	Box lunch	Guía

Elaborado por: Andres Rivadeneira

d. Guion interpretativo

1) Guion interpretativo para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural

Tabla VI-80: Guion interpretativo para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural

DÍA	HORA	ACTIVIDAD	GUION
1	8:00-8:30	Transfer a los turistas desde el aeropuerto del Coca hasta el puerto de la marina.	“Buenos días, sean bienvenidos, mi nombre es....., y seré su
	8:30-9:00	Bienvenida a los visitantes e Instrucciones de las actividades que se van a desempeñar.	Guía, y mi compañero es, y será su chofer en el recorrido que realizaremos hasta el puerto marítimo.
	9:00-9:10	Subirse a la embarcación de transporte fluvial.	Ahora nos encontramos en el malecón de la ciudad del Coca
	9:10-10:00	Box lunch	donde les procederé a brindar unas instrucciones antes de proceder a embarcarnos a la
	9:00-12:30	Viaje por la ribera del río Napo hasta la comunidad Kichwa Pañacocha.	
	12:30-13:30	Almuerzo.	

	13:30-15:00	Instalación de los turistas en sus habitaciones.	canoas, que son.....,
	15:00-17:00	Viaje hacia la comunidad para convivencia en la comunidad Kichwa Pañacocha.	ahora les presento a....., y el será su motorista del transporte fluvial,
	16:00-16:30:	Box lunch	ahora procederemos a subirnos a la embarcación sin antes pedirles que pongan el chaleco salvavidas, ahora bien tendremos un recorrido
	17:00-18:00	Viaje de retorno al hotel.	alrededor de tres horas por el río Napo hasta llegar a la comunidad Kichwa Pañacocha,
	18:00-19:30	Cena.	durante el transcurso nos serviremos un lunch para poder tener un viaje mucho más ameno.
	19:30-5:30	Descanso	Sean bienvenidos a la comunidad Kichwa Pañacocha donde tendrán una experiencia turística inolvidable, ahora con cuidado procederemos a salir de la canoa para dirigirnos al restaurante para poder servirnos un almuerzo.
2	5:30-7:00	Observación de aves en el sendero del bosque protector Pañacocha.	El almuerzo está servido buen provecho.
	7:00-8:30	Desayuno.	Ahora procederemos hacia el hotel para alojarnos en nuestras habitaciones.
	8:30-9:00	Instrucciones para realizar la caminata en el sendero Cuyabeno.	Ahora nos embarcamos en la canoa para dirigirnos hacia la
	9:00-11:30	Caminata en el sendero Cuyabeno.	
	10:30-11:00	Box lunch.	
	11:30-12:00	Descanso.	
	12:00-13:00	Almuerzo.	
	13:00-17:00	Recorrido por las lagunas de Pañacocha.	
	16:00-17:00	Box lunch.	
	17:00-18:00	Descanso	
	18:00-19:00	Cena.	
	20:00-22:00	Recorrido en la laguna para observar fauna nocturna.	
	22:00-7:30	Descanso.	
3			
	7:30-8:30	Desayuno.	
	8:30-9:00	Transfer hacia la comunidad Kichwa Pañacocha.	

	9:00-12:00	Turismo vivencial con la comunidad Kichwa Pañacocha.	comunidad Kichwa Pañacocha donde empieza nuestra aventura
	10:00-11:00	Box lunch.	turística, el viaje dura unos
	12:00-13:30	Almuerzo.	treinta minutos durante nuestra
	13:30-17:00	Turismo vivencial con la comunidad Kichwa Pañacocha.	visita a la comunidad se les
	16:00-	Box lunch	brindara un lunch para tener
	17:00	Transfer hacia el hotel.	una aventura más amena.
	17:00-17:30	Descanso	Durante nuestra visita a la
	17:30-18:00	Cena	comunidad nos demostraran un
	18:00-19:30	Conversatorio sobre su vivencia	faceta de su diario vivir.
4	19:30-21:00	turística.	Después de disfrutar con la
	21:00-6:30	Descanso.	comunidad Kichwa Pañacocha
	6:30-9:00	Transfer hacia la ciudad del Coca y	nos despedirnos y
		aeropuerto.	procederemos a embarcarnos a
	7:30-8:30	Box lunch	la canoa para trasladarnos hacia
			el hotel, una vez en el hotel nos
			dirigimos a nuestras
			habitaciones a prepararnos para
			la cena.
			La cena está servido buen
			provecho.
			Luego de la cena descansamos
			hasta el otro día donde nos
			levantaremos a las cinco de la
			mañana para poder tener una
			caminata de observación de
			aves en el sendero bosque
			protector Pañacocha, buenas
			noches, hasta mañana.
			Buenos días como amanecieron
			Antes de empezar la
			observación de aves les indicare
			las instrucciones y el tiempo de
			recorrido que son los
			siguientes.....ahora bien

procedemos a nuestra
caminata.....

Ahora bien hemos concluido
con nuestra caminata por el
sendero bosque protector
Pañacocha espero se hayan
divertido, ahora procedemos a
nuestras habitaciones a
prepararnos para el desayuno.
El desayuno está servido buen
provecho.

Ahora antes de empezar nuestro
nuestra caminata por el sendero
Cuyabeno para la observación
de la diferente flora y fauna se
dará las siguientes
instrucciones....., durante
el recorrido se tomara un
descanso para poder servirnos
un lunch, para luego continuar
con la caminata.

Una vez que termine la
caminata nos preparamos para
el almuerzo.

El almuerzo está servido buen
provecho.

Ahora nos preparamos para dar
un recorrido por las lagunas de
Pañacocha, durante el recorrido
nos serviremos un lunch, para
luego continuar con el
recorrido.

Una vez que terminemos el
recorrido nos preparamos para
la cena.

La cena está servido buen
provecho.

Nos preparamos para realizar
un recorrido nocturno alrededor
de la laguna Pañacocha para la
observación de la fauna
nocturna, antes les decimos las
siguientes
instrucciones.....

Una vez que terminemos con el
recorrido regresamos al hotel a
descansar hasta el otro día.

Muy buenos días como
amanecieron.

El desayuno está servido buen
provecho.

Una vez que desayunemos nos
trasladaremos hacia la
comunidad Kichwa Pañacocha
a tener actividades de turismo
vivencial, durante la actividad
se brindara un lunch por parte
de la comunidad.

Después de las actividades
pasaremos al almuerzo
brindado por la comunidad
buen provecho.

Luego del almuerzo
procedemos con las actividades
de turismo vivencial en la
comunidad, durante las
actividades se procederá a
servir un refrigerio brindado
por la comunidad.

Una vez terminadas las actividades en la comunidad nos dirigimos hacia el hotel, una vez en el hotel nos preparamos para la cena. La cena está servido buen provecho.

Una vez que se termine la cena tendremos una charla sobre la experiencia turística vivida, una vez concluida la charla procedemos a descansar, buenas noches.

Nos levantamos para trasladarnos hacia al Coca por la ribera del río Napo, durante el recorrido se brinda un lunch. Una vez que nos encontremos en el Coca nos dirigimos hacia el aeropuerto y nos despedimos.

Incluye	Hospedaje Alimentación Transporte Guianza Equipo de excursión
No Incluye	Comida ni bebida extras Gastos extras Propinas
Observaciones	Este paquete tiene un grado de dificultad fácil o principiante.
Requerimientos	Documentos personales Ropa cómoda cima tropical-húmedo Protector solar Cámara fotográfica Linternas Repelente de insectos Gorra Mochila de excursión Pastillas para el mareo Gafas para sol

Prohibiciones	No extraerse ninguna especie de flora y fauna Objetos corto punzantes y armas de fuego
Norma de comportamiento	Respetar los senderos Depositar la basura en su lugar Respetar costumbres y tradiciones de los grupos étnicos locales

Elaborado por: Andres Rivadeneira

2) Guion interpretativo para el paquete Pañacocha cultural

Tabla VI-81: Guion interpretativo para el paquete Pañacocha cultural

DÍA	HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	8:00-8:30	Transfer a los turistas desde el aeropuerto del Coca hasta el puerto de la marina.	“Buenos días, sean bienvenidos, mi nombre es....., y seré su Guía, y mi compañero es, y será su chofer en el recorrido que realizaremos hasta el puerto marítimo.
	8:30-9:00	Bienvenida a los visitantes e Instrucciones de las actividades que se van a desempeñar.	Ahora nos encontramos en el malecón de la ciudad del Coca donde les procederé a brindar unas instrucciones antes de proceder a embarcarnos a la canoa, que son.....,
	9:00-9:10	Subirse a la embarcación de transporte fluvial.	ahora les presento a....., y el será su motorista del transporte fluvial,
	9:10-10:00	Box lunch	ahora procederemos a subirnos a la embarcación sin antes pedirles que pongan el chaleco salvavidas, ahora bien
	9:00-12:30	Viaje por la ribera del río Napo hasta la comunidad Kichwa Pañacocha.	tendremos un recorrido alrededor de tres horas por el río Napo hasta llegar a la
	12:30-13:30	Almuerzo.	
	13:30-15:00	Instalación de los turistas en sus habitaciones.	
	15:00-15:30	Viaje hacia la comunidad en la comunidad Kichwa Pañacocha.	
	15:30-18:00	Turismo vivencial en la comunidad Kichwa Pañacocha.	
	16:00-16:30	Box lunch	
	17:00-17:30	Viaje de retorno al hotel.	
	18:30-19:30	Cena.	
	19:30-5:30	Descanso	

2	6:30-9:00	Transfer hacia la ciudad del Coca y aeropuerto.	comunidad Kichwa Pañacocha, durante el transcurso nos serviremos un lunch para poder tener un viaje mucho más ameno.
	7:30-8:30	Box lunch	<p>Sean bienvenidos a la comunidad Kichwa Pañacocha donde tendrán una experiencia turística inolvidable, ahora con cuidado procederemos a salir de la canoa para dirigirnos al restaurante para poder servirnos un almuerzo.</p> <p>El almuerzo está servido buen provecho.</p> <p>Ahora procederemos hacia el hotel para alojarnos en nuestras habitaciones.</p> <p>Ahora nos embarcamos en la canoa para dirigirnos hacia la comunidad Kichwa Pañacocha donde empieza nuestra aventura turística, el viaje dura unos treinta minutos durante nuestra visita a la comunidad se les brindara un lunch para tener una aventura más amena.</p> <p>Durante nuestra visita a la comunidad nos demostraran un faceta de su diario vivir.</p> <p>Después de disfrutar con la comunidad Kichwa Pañacocha nos despedimos y procederemos a embarcarnos a la canoa para trasladarnos hacia el hotel, una vez en el hotel nos</p>

dirigimos a nuestras habitaciones a prepararnos para la cena.

La cena está servido buen provecho.

Luego de la cena descansamos hasta el otro día.

Nos levantamos para trasladarnos hacia al Coca por la ribera del río Napo, durante el recorrido se brinda un lunch.

Una vez que nos encontremos en el Coca nos dirigimos hacia el aeropuerto y nos despedimos.

Incluye	Hospedaje Alimentación Transporte Guianza Equipo de excursión
No Incluye	Comida ni bebida extras Gastos extras Propinas
Observaciones	Este paquete tiene un grado de dificultad fácil o principiante.
Requerimientos	Documentos personales Ropa cómoda cima tropical-húmedo Protector solar Cámara fotográfica Linternas Repelente de insectos Gorra Mochila de excursión Pastillas para el mareo Gafas para sol
Prohibiciones	No extraerse ninguna especie de flora y fauna Objetos corto punzantes y armas de fuego
Norma de comportamiento	Respetar los senderos Depositar la basura en su lugar Respetar costumbres y tradiciones de los grupos étnicos locales

Elaborado por: Andres Rivadeneira

3) Precio del paquete Pañacocha encanto natural y cultural

Los precios de los paquetes se obtuvieron en base a las encuestas y entrevistas a los turistas que visitaron la comunidad de Pañacocha y se detallan en las tablas a continuación.

Tabla VI-82: Precio para el paquete Pañacocha encanto natural y cultural

N°	NOMBRE DEL PAQUETE	TIEMPO DE DURACION	PRECIO
1	Pañacocha encanto natural y cultural.	4 días 3 noches	255,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

4) Precio para el paquete Pañacocha encanto natural

Tabla VI-83: Precio para el paquete Pañacocha cultural

N°	NOMBRE DEL PAQUETE	TIEMPO DE DURACION	PRECIO
2	Pañacocha cultural.	2 días 1 noches	200,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

e. **FLUJOGRAMAS DE PROCESOS DE PRODUCCION**

1. **Diagrama de flujo de reservación vía telefónica de paquetes turísticos**

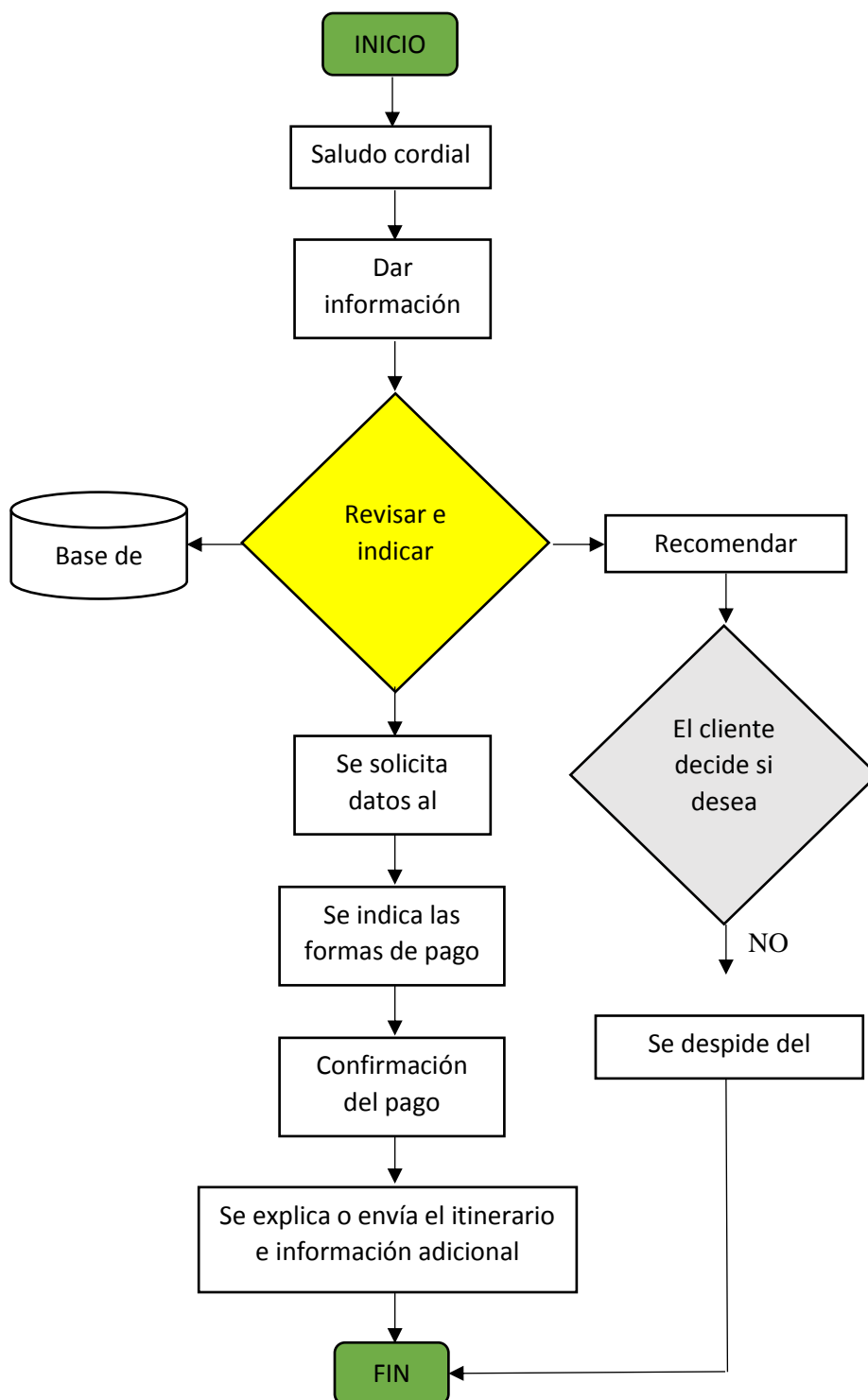


Figura VI-48. Diagrama de flujo de reservación vía telefónica de paquetes turísticos
Elaborado por: Andres Rivadeneira

2. Diagrama de flujo de reservación presencial de paquetes turísticos

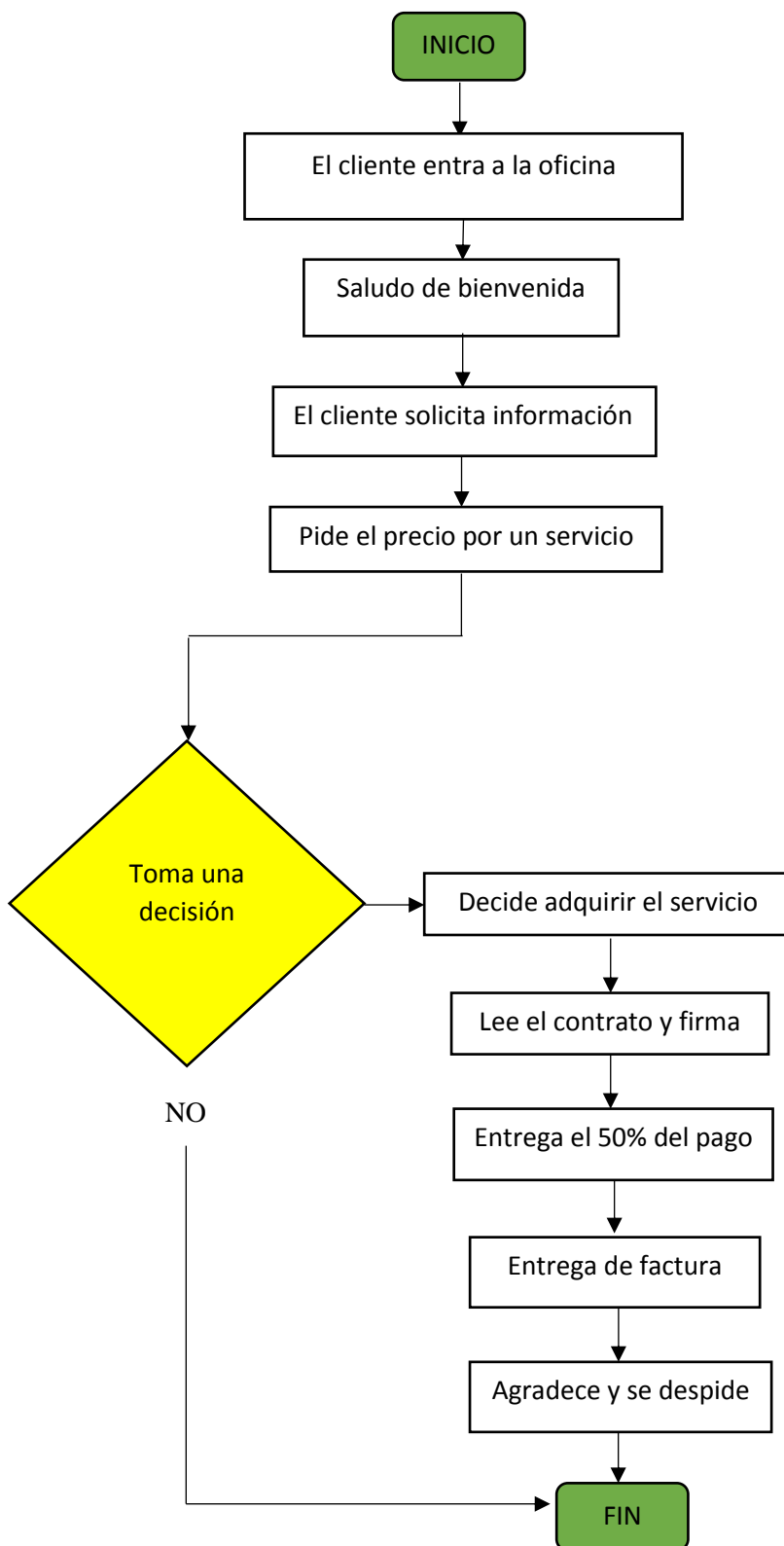


Figura VI-49. Diagrama de flujo de reservación presencial de paquetes turísticos
Elaborado por: Andres Rivadeneira

3. Diagrama de flujo de desarrollo del tour turístico

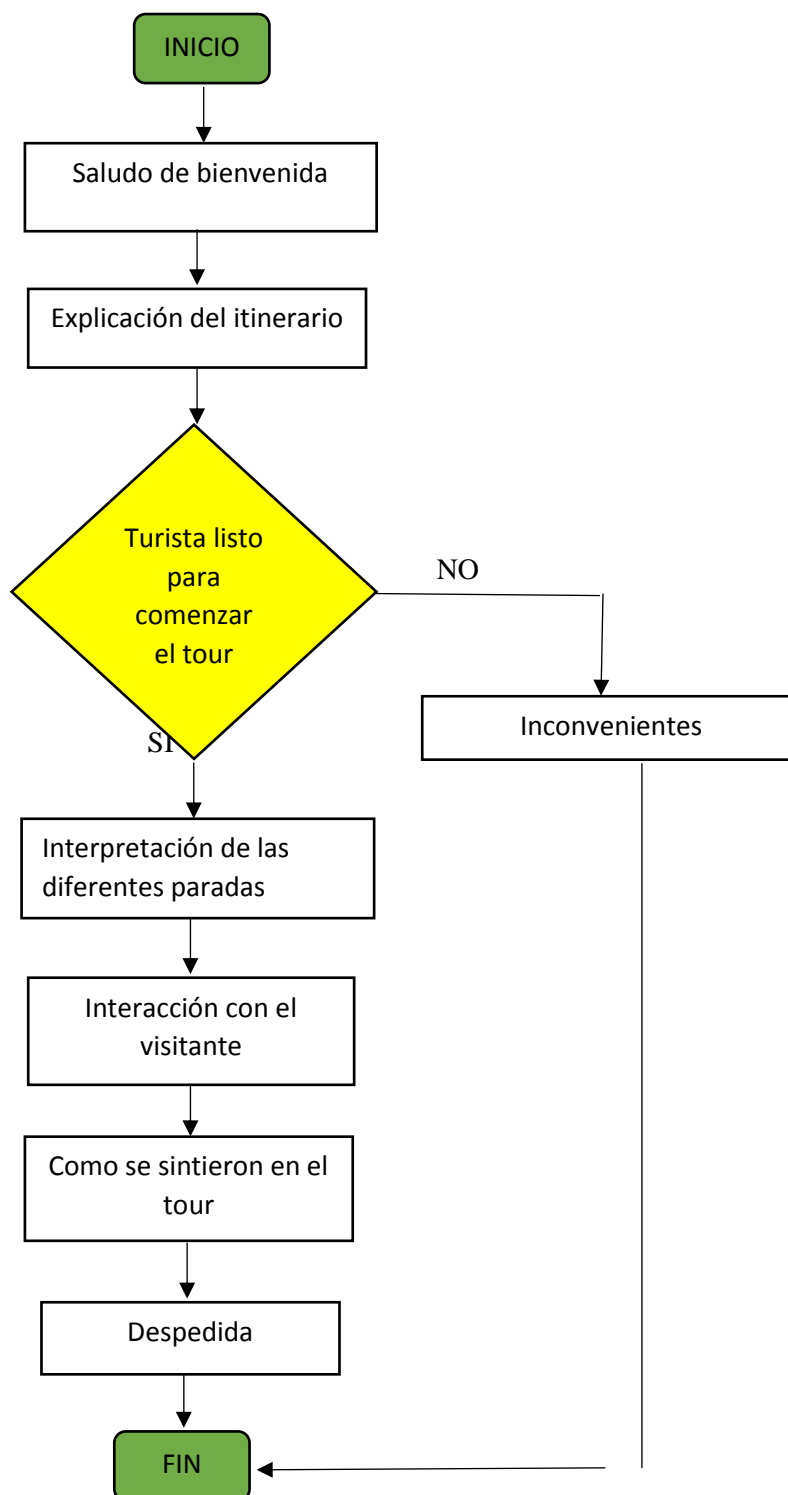


Figura VI-50. Diagrama de flujo de desarrollo del tour turístico
Elaborado por: Andres Rivadeneira

3. Estudio administrativo legal

a. Tipo de empresa a crearse

1) Análisis del marco legal que justifique la viabilidad legal del proyecto

Para el turismo en la comunidad Kichwa Pañacocha se ha considerado principalmente las leyes nacionales como la Constitución del Ecuador, la Ley Orgánica de la Economía popular y solidaria y la ley de Turismo; tomando en cuenta que quien se va a encargar de operar es la Comunidad Kichwa Pañacocha.

2) Constitución del Ecuador 2008

Según la Constitución de la República del Ecuador, 2008, en el Art. 319.- se reconocen diversas formas de organización de la producción de la economía, como las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas. En las que el estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivara aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza. Además como se complementa el Art. 320.- en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente, con lo que la producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

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

3) Ley de compañías

Tabla VI-84: Ventajas y desventajas de la ley de compañías

Tipo de empresa	Ventaja	Desventaja
Compañía en nombre colectivo	1.- Todos los socios tienen la facultad de administrar la compañía. 2.- El capital de la compañía se compone de los aportes de cada uno de los socios. 3.- Las resoluciones se tomarán por mayoría de votos. 4.- Los administradores están obligados a rendir cuenta de la administración.	1.- El o los administradores no podrán ser removidos de su cargo, sino por dolo, culpa grave o inhabilidad. 2.- Pago de no menos del 50% del capital suscrito. 3.- Todos los socios serán responsables de los actos o gestiones de otros socios. Al igual que participar en las pérdidas.

<p>Compañía en comandita simple y dividida por acciones</p>	<p>1.- Cuando dos o más socios administren los negocios, regirán respecto de estos las reglas de la compañía. 2.- La designación de administradores se hará por mayoría de votos. 3.- El/la administrador comunicarán a los socios el balance de la compañía. 4.- El comanditario tiene derecho al examen, inspección y vigilancia de las gestiones.</p>	<p>1.- El comanditario que tolere la inclusión de su nombre quedara responsable de las obligaciones contraídas por la compañía. 2.- El fallecimiento de un socio no produce la liquidación de la compañía. 3.- El socio no podrá ceder ni traspasar a otras personas sus derechos en la compañía.</p>
<p>Compañía de responsabilidad limitada</p>	<p>1.- Los aportes de capital serán iguales, acumulativas e indivisibles. 2.- El capital estará formado por las aportaciones de los socios. 3.- La participación de cada socio es transmisible por herencia. 4.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que este alcance por lo menos al 20% del capital social.</p>	<p>1.- Si el número de socios excediere de 15, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. 2.- Para constituir compañías no podrán hacerlo entre padres e hijos, ni cónyuges. 3.- La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales y aportaciones suplementarias, no cumplidos estos requisitos, ella no es exigible.</p>
<p>Compañía anónima</p>	<p>1.-Puede constituirse por convenio entre los que otorgan la escritura, o por suscripción pública de acciones. 2.- Para el capital las aportaciones pueden ser en dinero o no (bienes muebles o inmuebles). 3.- Los acuerdos se tomarán por una mayoría integrada, por lo menos por la cuarta parte de los suscriptores. 4.- Los herederos de un accionista podrán pedir que se haga constar las acciones a favor de ellos con un certificado de posesión.</p>	<p>1.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. 2.- Cuando las pérdidas alcancen el 50% o más del capital suscrito, la compañía se pondrá en liquidación. 3.- El derecho de negociar las acciones libremente no admite limitaciones. 4.- Los administradores no pueden votar en la aprobación de los balances.</p>

Compañía de economía mixta

- | | |
|---|---|
| <p>1.- El estado u organismos del sector público, podrán participar conjuntamente con el capital privado.</p> <p>2.- Las entidades podrán participar en el capital de la compañía con dinero o entregando equipos.</p> <p>3.- Las escrituras de constitución de este tipo de compañía, se hallan exonerados de toda clase de impuestos.</p> | <p>1.- Transferido el aporte del Estado a los accionistas privados, la compañía seguirá funcionando sin exoneraciones y beneficios.</p> <p>2.- El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía.</p> <p>3.- Si la compañía se formare para la prestación de nuevos servicios públicos. El Estado podrá tomar a su cargo todas las acciones en poder de los particulares.</p> |
|---|---|

Nota: Ley de Compañías

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Según la Ley de Compañías, y por la cantidad de inversión económica que se va realizar es conveniente crear una compañía de economía mixta, ya que bajo este tipo de organización los organismos del sector publico podrán participar conjuntamente con el capital privado ya sea con aporte en dinero, equipos, bienes muebles e inmuebles o mediante la concesión de prestación de un servicio público por un periodo determinado así como la exoneración de impuestos lo que beneficiará a la empresa económicamente.

4) Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Tabla VI-85: Ventajas y desventajas de la ley orgánica de economía popular y solidaria

Tipo organización	Ventaja	Desventaja
Organización del Sector Comunitario	<p>1.- Se garantiza un modelo de desarrollo económico endógeno desde su propia conceptualización y visión.</p> <p>2.- Las actividades turísticas se realizan de manera directa por la comunidad.</p> <p>3.- La responsabilidad de los socios está limitada a sus aportes.</p>	<p>1.- Los bienes inmuebles obtenidos mediante donación no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social que produjo la donación.</p> <p>2.- Las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios turísticos.</p>
Organización del Sector Asociativo	<p>1.-Contará con un estatuto social que velará por la existencia de un órgano de gobierno como máxima autoridad, un órgano directivo, un órgano de control interno y un administrador; todos ellos sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria de mandato.</p>	<p>1.-El capital social estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados que no serán reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.</p> <p>2.-Los bienes inmuebles no serán objetos de reparto en caso de disolución.</p>

Organización del Sector Cooperativo	1.-Los integrantes tienen calidad de socios y trabajadores, por tanto no existe relación de dependencia.	1.-Las cuotas aportadas no son reembolsables
--	--	--

Nota: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Según la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria es conveniente crear una organización bajo el sector comunitario amparado bajo la ley y reglamento de turismo, puesto que se maneja bajo un modelo de desarrollo económico equitativo y dentro de los márgenes de la sostenibilidad que consta dentro de la visión como empresa.

5) Ley y Reglamento de Turismo

La ley de turismo, 2008 en el Art. 5. considera a la transportación turística (cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito), operación (cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento), e intermediación (agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones), entre otros como actividades turísticas que pueden ser desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual además para el ejercicio de las actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y las licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes como lo indica en el Art. 8, complementando en el Art. 10 del mismo documento los beneficios a obtener con la Licencia única Anual de Funcionamiento que entre otros son: acceder a los beneficios tributarios que contempla esta ley, dar publicidad a su categoría, no tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

En el Reglamento general a la ley de turismo, 2008, Art. 43. Literal d), la operación turística comprende modalidades como turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico, aceptados por el Ministerio de Turismo, la misma se realiza a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, dedicadas al organización de actividades turísticas y prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, mientras que en el literal e) manifiesta que puede ser una actividad de intermediación en la que la prestación de servicios sea de manera directa o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios. Afirma en el Art. 45 que la actividad turística podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comerciales o comunitarias, que cumplidos con la ley se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas.

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

La figura legal de la comunidad Kichwa Pañacocha va hacer un Centro de Turismo Comunitario (CTC) amparado bajo la ley y reglamento de turismo del Ecuador, donde la comunidad será la encargada de realizar todas las gestiones en las instituciones pertinentes.

6) Requisitos para el registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario

Tabla VI-86: Requisitos para formar la organización del área administrativa

Requisitos	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
Nombramiento que acredite la representación del peticionante.	0,00
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 CTC.	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.	4,95
Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro. Expedido por la Secretaria de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.	200,00
TOTAL	702,45

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

7) Requisitos para el funcionamiento de la empresa

Tabla VI-87: Requisitos para el funcionamiento de la empresa

Requisitos	Gasto anual
Certificación	-----
Permisos de LUAF	94,40
Solicitud para permiso de funcionamiento	1,00
Plantilla de inspección. Plano del local a escala 1.50 (área mínima 30mts). Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud.	5,00
Copias de la cedula y certificado de votación.	0,60
Copia del RUC del establecimiento.	1,17

TOTAL	102,17
--------------	---------------

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

b. Requerimientos del área administrativa

1) Talento humano

Tabla VI-88: Talento humano del área administrativa

Denominación	Cant	Remuneración mensual	Gasto anual
Gerente	1	1332,70	15.992,42
Secretaria	1	678,57	8.142,84
Asesor Contador	1	313,21	3.758,54
Conserje	1	574,58	6.895,00
TOTAL			34.788,79

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

El rol de pagos para el representante de ventas se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 0,09% y el aporte patronal al 0,11%, así también se calculó el rol de pagos a partir del año de actividad en el cual se tomó en cuenta el fondo de reserva el cual se calculó a una tasa del 8,33% establecido en la tasa de aportaciones del IESS.

2) Materiales e insumos

Tabla VI-89: Materiales e insumos del área administrativa

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto anual
Antes del funcionamiento			
Adecuaciones del área administrativa	1	150,00	150,00
SUBTOTAL			150,00
Durante el funcionamiento			
Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto anual
Resma de papel bond	25	4,00	100,00
Caja de esferos	3	3,00	9,00
Caja de lápices	3	3,00	9,00
Marcadores	3	4,00	12,00
Carpeta	20	0,75	15,00
Corrector liquido	3	0,75	2,25
Caja de Borrador	1	2,00	2,00
Caja de clips	3	1,50	4,50
Etiqueta memoria	2	0,50	1,00

Caja de grapas	3	1,50	4,50
Carpeta archivero	10	3,00	30,00
CDs	10	0,75	7,50
Flash memory	1	25,00	25,00
Recarga de cartuchos de tinta impresora	5	15,00	75,00
Botellón de agua	12	1,50	18,00
Combustible	480	1,30	7.488,00
SUBTOTAL			7.802,75
TOTAL			7.952,75

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

3) Activos fijos

Tabla VI-90: Activos fijos del área administrativa

Tipo	Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto
Terreno	Terreno	10m ²	800,00	8.000,00
Construcciones y edificaciones	Oficina	10m ²	800,00	8.000,00
Muebles y enseres	Escritorio	1	150,00	150,00
	Silla	3	60,00	180,00
	Muebles	1	180,00	180,00
	Archivador	1	60,00	60,00
	Anaqueles	1	60,00	60,00
	Cuadros/Fotografías	4	10,00	40,00
	Vajilla	1	15,00	15,00
	Tapete	2	3,50	7,00
	Maceta	2	10,00	20,00
Maquinaria y equipos	Reloj de pared	1	15,00	15,00
	Cafetera	1	30,00	30,00
	Dispensador de agua	1	30,00	30,00
Equipo de computo	Computador portátil	1	650,00	650,00
	Impresora	1	300,00	300,00
TOTAL				17.737,00

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

4) Activos diferidos

Tabla VI-91: Activos diferidos del área administrativa

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto
Adecuaciones del área administrativa	1	150,00	150,00
Capacitación para personal de trabajo	1	200,00	200,00
TOTAL			350,00

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

5) Otros gastos

Tabla VI-92: Otros gastos del área administrativa

Denominación	Cant	Costo unitario	Gasto
Servicios básicos	12	300,00	3.600,00
Requisitos para el registro de turismo	1	702,45	702,45
Permisos para el funcionamiento	1	102,17	102,17
Arriendo de bodega	1	100,00	1.200,00
Arriendo de puerto marítimo	1	400,00	4.800,00
Pago a operadora turística	1	1.000,00	12.000,00
TOTAL			22.404,62

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

6) Requerimientos del área administrativa

Tabla VI-93: Requerimientos del área administrativa

Denominación	Gasto
Talento humano	34.788,79
Materiales e insumos	7.802,75
Activos fijos	17.737,00
Activos diferidos	350,00
Otros gastos	22.404,62
TOTAL	83.083,16

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

c. Nivel organizacional

1) Estructura organizacional

La estructura organizacional del proyecto opera en tres niveles definidos:

- **Nivel Directivo:** Está conformado por la comunidad.
- **Nivel Ejecutivo:** Integrado por la gerencia.
- **Nivel de Apoyo:** Integrado por la secretaria y conserjería.
- **Nivel Operativo:** Integrado por los departamentos comercial y productivo.

2) Organigrama estructural

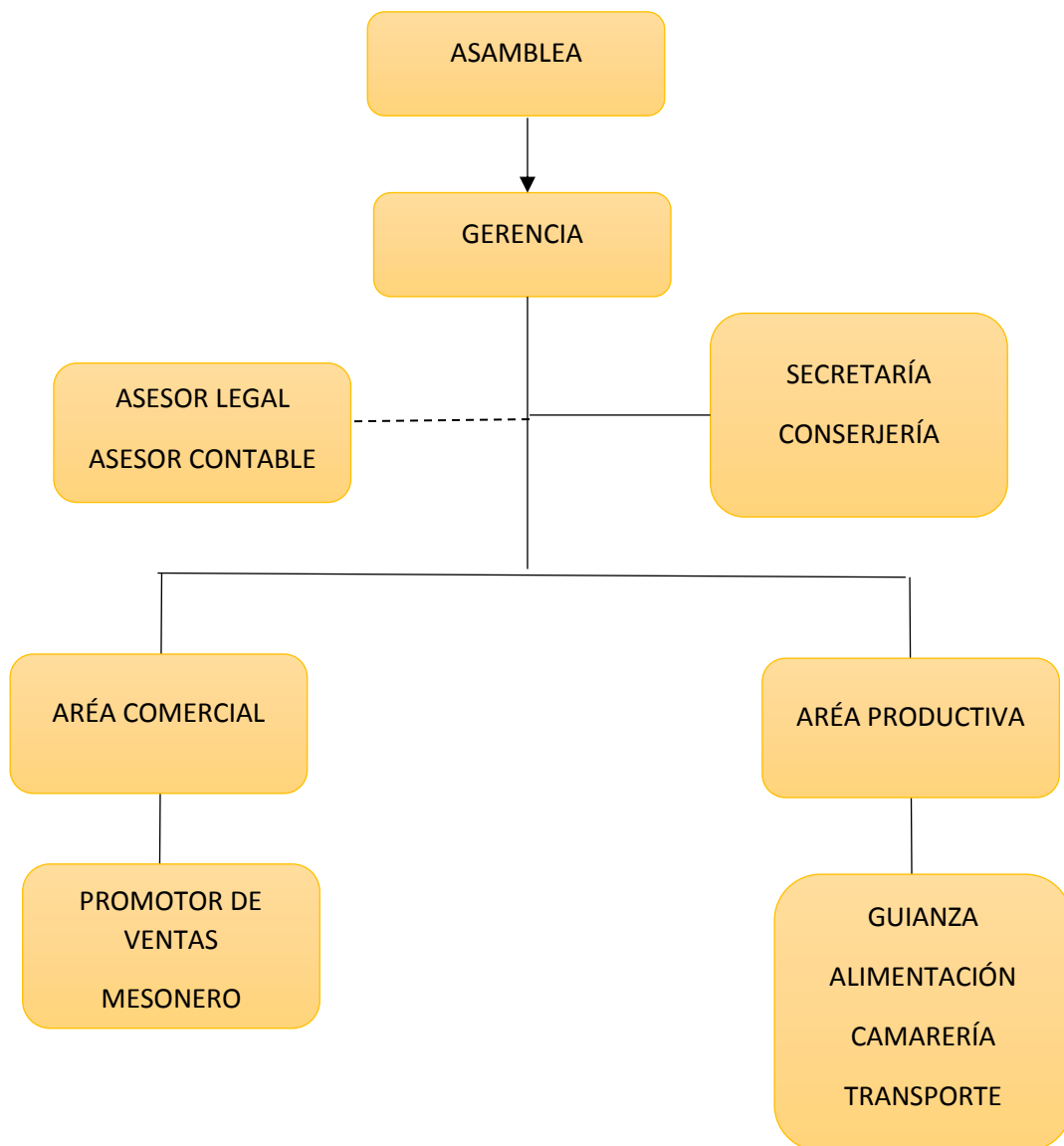


Figura VI-51. Organigrama estructural

Elaborado por: Andres Rivadeneira

3) Organigrama funcional

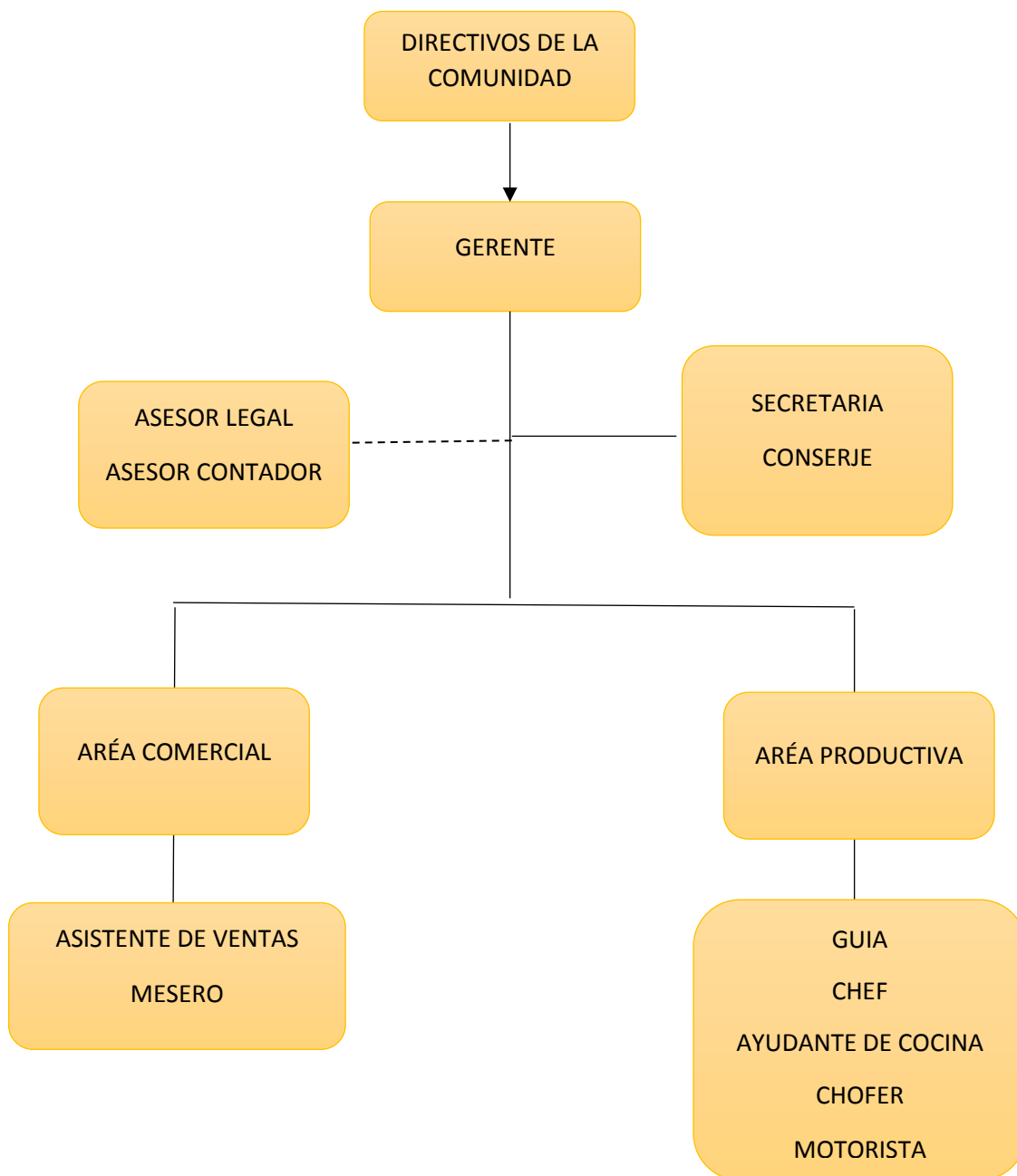


Figura VI-52. Organigrama funcional
Elaborado por: Andres Rivadeneira

4) Perfil del talento humano

Tabla VI-94: Perfil del gerente

Cargo: Gerente
1. Conocimientos.
<ul style="list-style-type: none"> a) Herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados; b) Administración especializada en productos turísticos; c) Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales; d) Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros y pólizas de seguros utilizadas en el turismo; e) Técnicas básicas de negociación y administración de contratos; f) Características y conocimiento de productos, de servicios comerciales y de los destinos vendidos; g) Vocabulario técnico del turismo; h) Informática y sistemas específicos de agencias operadoras;
2. Responsabilidades.- El gerente de la empresa debe:
<ul style="list-style-type: none"> a) Representar a la empresa en eventos de la comunidad; b) Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas; c) Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico; d) Conducir reuniones y conferencias de la empresa.
3. Requisitos
a) Experiencia laboral
<p>El solicitante debe tener un año de experiencia laboral como gerente</p> <p>Mayor de 18 años</p> <p>Universidad aprobada</p> <p>Buena presentación</p> <p>Facilidad de expresión verbal</p> <p>Habilidad para relacionarse</p>
b) Formación académica
i. Grado
<p>El requerimiento para ejercer la gerencia es poseer el título de Ingeniero/a en Ecoturismo.</p>
c) Otras habilidades
<p>Manejo adecuado de los paquetes tecnológicos</p>
Nota: Investigación de campo
Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-95: Perfil del secretario/a

Cargo: Secretario/a
1) Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none"> a) Documentar: actualización constante de la documentación de la empresa. b) Manejar: La agenda del gerente, documentación.

- c) Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización.
- d) Revisar el cálculo de las planillas de retención de impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- e) Controlar: los registros contables mediante un software que facilitara la revisión y control de datos.
- f) Llevar libros contables (diario, mayor e inventarios).
- g) Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.

2) Requisitos

a) Experiencia laboral

El solicitante debe tener dos años de experiencia laboral como secretaria.

Título de secretaria/o

Uso correcto de los medios electrónicos (computadores), electrónicos de oficina como fax, fotocopidora, escáner, teléfonos.

Habilidades organizativas en caso de los horarios de la gerencia y documentación.

Cualidades de comunicación

b) Formación académica

i. Grado

El requerimiento para ejercer la secretaría es un Ingeniero/a en ecoturismo.

c) Otras habilidades

Manejo adecuado de los paquetes tecnológicos.

Desarrollar capacidades de negociación.

Multifuncional

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-96: Perfil del conserje

Cargo: Conserje

1) Responsabilidades

- a) Limpieza de oficinas.
 - b) Reparaciones: realizar las reparaciones de los artefactos utilizados en la empresa.
 - c) Seguridad y protección: se responsabiliza de cerrar las puertas del establecimiento.
 - d) Proporcionar el servicio de cafetería a empleados y visitantes.
 - e) Labores de mensajería local.
-

2) Requisitos

a) Experiencia laboral

Tener experiencia laboral como conserje

Bachillerato aprobado

Contar con buena salud y estado físico

Manejo básico del computador para operar las cámaras de seguridad

Entre 25 y 45 años de edad

b) Formación académica

i. Grado

El requerimiento para ejercer la conserjería haber aprobado el bachillerato con excelentes notas.

c) Otras habilidades
Tener conocimientos básicos de primeros auxilios
Conocimientos de turismo
Nota: Investigación de campo
Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-97: Perfil del asesor legal

Cargo: Asesor legal
1) Responsabilidades
a) Estudiar y resolver los problemas legales relacionados con la empresa, contratos, convenios y normas legales.
b) Defender los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales.
c) Negociar y redactar contratos.
d) Emitir informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa.
2) Requisitos
a) Experiencia laboral
Experiencia de 2 años en cargos similares
Título de abogado
Estudios universitarios o técnicos
b) Formación académica
i. Grado
El requerimiento para ejercer el cargo de asesor legal es un título de abogado.
ii. Postgrado
Preferencia un magister relacionado con el cargo de asesor legal.
c) Otras habilidades
Conocimientos en computación
Estudios tributarios
Nota: Investigación de campo
Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-98: Perfil del contador

Cargo: Contador
1) Responsabilidades
a) Estudiar, resolver y entregar informes económicos de la empresa.
b) Detección de errores en procesos contables.
c) Resolución de problemas.
d) Emitir informes económicos mensuales a la empresa.
2) Requisitos
a) Experiencia laboral
Experiencia de 2 años en cargos similares
Título de contador
Estudios universitarios o técnicos
b) Formación académica

i. Grado

El requerimiento para ejercer el cargo de contador es un título de contaduría.

c) Otras habilidades

Conocimientos en computación

Estudios tributarios

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-99: Perfil del agente de ventas**Cargo: Agente de ventas****1) Responsabilidades**

a) Aumentar el número y calidad de clientes.

b) Preparar material de trabajo.

c) Realizar informes de ventas y otros.

2) Requisitos

a) Experiencia laboral

Experiencia de 2 años en cargos similares

Actitud positiva

Título de marketing de productos.

Estudios universitarios o técnicos

b) Formación académica**i. Grado**

El requerimiento para ejercer el cargo de agente de ventas es un título de marketing de productos.

c) Otras habilidades

Conocimientos en computación

Marketing mix

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-100: Perfil del guía turístico**Cargo: Guía turístico****1) Responsabilidades**

a) Responsable con los grupos de turistas.

b) Preparación de material y equipo de trabajo.

c) Buena presencia.

2) Requisitos

a) Experiencia laboral

Experiencia de 2 años en cargos similares

Actitud positiva

Título de guía turístico nativo.

Estudios universitarios o técnicos

b) Formación académica

i. Grado

El requerimiento para ejercer el cargo de guía turístico es una licencia de guía turístico nativo.

c) Otras habilidades

Conocimientos en computación

Conocimientos sobre manejo de grupos

Conocimientos en el idioma inglés

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-101: Perfil del motorista**Cargo: Motorista****1) Responsabilidades**

a) Responsable con los grupos de turistas en la embarcación.

b) Preparación de material y equipo de trabajo en la embarcación.

c) Buena presencia.

2) Requisitos**a) Experiencia laboral**

Experiencia de 2 años en cargos similares

Actitud positiva

b) Formación académica

Bachiller

i. Grado

Licencia de motorista

c) Otras habilidades

Conocimientos en mecánica de motores fuera de borda.

Conocimientos sobre manejo de grupos

Conocimientos básicos en el idioma inglés

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-102: Perfil del chofer**Cargo: Conductor****1) Responsabilidades**

a) Responsable con los grupos de turistas en la buseta.

b) Preparación de material y equipo de trabajo.

c) Buena presencia.

2) Requisitos**a) Experiencia laboral**

Experiencia de 2 años en cargos similares

Actitud positiva

b) Formación académica**i. Grado**

Bachiller
Licencia de profesional de conducción.
c) Otras habilidades
Conocimientos en mecánica automotriz.
Conocimientos sobre manejo de grupos.
Conocimientos básicos en el idioma inglés.
Nota: Investigación de campo
Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-103: Perfil del mesero

Cargo: Mesero
1) Responsabilidades
a) Responsable con los grupos de turistas.
b) Preparación de material y equipo de trabajo.
c) Buena presencia.
2) Requisitos
a) Experiencia laboral
Experiencia de 2 años en cargos similares
Actitud positiva
b) Formación académica
i. Grado
Bachiller
c) Otras habilidades
Conocimientos sobre servicios y arreglo de mesas
Conocimientos básicos en el idioma inglés.
Nota: Investigación de campo
Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-104: Perfil del chef

Cargo: Chef
1) Responsabilidades
a) Responsable con los grupos de turistas.
b) Preparación de material y equipo de trabajo.
c) Buena presencia.
2) Requisitos
a) Experiencia laboral
Experiencia de 2 años en cargos similares
Actitud positiva
b) Formación académica
i. Grado
Título de chef internacional
c) Otras habilidades

Conocimientos sobre platos internacionales
 Conocimientos en el idioma inglés.

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-105: Perfil del ayudante de cocina

Cargo: ayudante de cocina

1) Responsabilidades

- a) Responsable con los grupos de turistas.
 - b) Preparación de material y equipo de trabajo.
 - c) Buena presencia.
-

2) Requisitos

a) Experiencia laboral

Experiencia de 2 años en cargos similares
 Actitud positiva

b) Formación académica

i. Grado

Bachiller

c) Otras habilidades

Conocimientos sobre cocción de alimentos.
 Conocimientos básicos en el idioma inglés.

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

D. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES DEL PRODUCTO.

Tabla VI-106: Matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACION									
	1. Introducción de flora y fauna exótica	2. Limpieza del Terreno	3. Construcción de puntos con Hormigon Armado	4. Operación turística	5. Implementación de generadores de energía	6. Instalación de Agua entubada	7. Observación de flora y fauna	8. Publicidad turística	9. Reciclado de residuos	10. Construcción de Caminos	11. Empleo		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	x	x	x	x			x	x	Emisiones de ruido	(-)	1	0	C	Pr	1	1	C	S	2
		x	x	x			x			x		Emisiones de polvo	(-)	1	0	C	Pr	1	1	C	S	2
B. AGUA	x					x			x			Alteración de las propiedades físicas y químicas del agua	(-)	1	0	C	Pr	1	1	C	S	2
						x						Aumento de sólidos en suspensión	(-)	1	1	D	Ac	1	1	M	S	3
C. SUELO	x	x	x	x		x	x	x	x	x		Alteración de la cubierta terrestre	(-)	1	1	C	Pr	1	1	C	S	3
	x	x	x	x			x			x		Erosión del suelo	(-)	1	1	C	Pr	1	1	L	S	3
D. FLORA Y FAUNA	x	x		x						x		Pérdida de flora y fauna autóctona	(-)	1	0	C	Pr	1	1	C	S	2
	x	x	x	x	x		x			x		Desplazamiento de la fauna silvestre	(-)	1	0	C	Pr	1	1	C	S	2
	x					x	x	x		x		Alteración de los ecosistemas	(-)	1	1	C	Pr	1	1	C	S	3
E. SOCIO- ECONÓMICO		x			x	x		x	x	x	x	Alteración de la calidad de vida de los pobladores	(+)	3	2	D	Sc	2	3	M	S	11
			x	x	x	x	x	x	x		x	Generación de bienes y servicios	(+)	3	2	C	Pr	2	3	M	S	11
F. PAISAJE	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		Alteración del paisaje natural	(-)	1	0	C	Pr	1	2	C	S	3
	x	x					x				x	Generación de desechos	(-)	1	0	D	Ac	1	1	C	S	2

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Tabla VI-107: Interpretación de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			
A	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2			-2	-2		18	28
		-2	-2	-2			-2			-2			10	
B	-2					-2			-2				6	9
						-3							3	
C	-3	-3	-3	-3		-3	-3	-3	-3	-3			27	45
	-3	-3	-3	-3			-3			-3			18	
D	-2	-2		-2						-2			8	37
	-2	-2	-2	-2	-2		-2			-2			14	
	-3					-3	-3	-3		-3			15	
E		11			11	11		11	11	11	11		77	165
			11	11	11	11	11	11	11		11		88	
F	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3			30	38
	-2	-2					-2				-2		8	
TOTAL (+)		9	14	14	23	23	14	23	23	9	23	165		
TOTAL (-)	85	-62	47	59	32	34	76	40	30	70	62		157	
TOTAL	85	71	61	73	55	57	90	63	53	79	85			322

Nota: Investigación de campo

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Los resultados obtenidos después de aplicar la herramienta de evaluación reflejan que los impactos positivos son mayores que los impactos negativos. Dando como resultado: valores negativos 157 y valores positivos 165. Esto demuestra que el proyecto no causará un impacto de gran magnitud, ya que las actividades son propuestas para el desarrollo del proyecto un turismo responsable.

1. Actividades:

Los impactos más perjudiciales son:

- Suelo con una puntuación de 45
- La alteración del paisaje con 38
- Y flora y fauna con 37 puntos respectivamente.

2. Componentes ambientales:

- El componente socio-económico, obtuvo 165 puntos positivos, debido a que genera bienes y servicios para los pobladores locales y así mejora la calidad de vida.

Por lo tanto es necesario trabajar en la recuperación del área. Empezando con las personas del sector para determinar las principales afectaciones.

3. Medidas de mitigación

Para este proyecto se tomaron las siguientes medidas de mitigación:

- a. Para controlar la emisión de gases contaminantes ocasionados por los vehículos terrestres y fluviales, se arribará con el transporte hasta la entrada a los sitios considerados en la ruta, se promoverá los recorridos con una práctica sostenible.
- b. Para evitar la contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos, se establecerá una campaña el reciclaje como norma de la ruta turística, en ningún sitio se colocará basureros, pero se entregará dos bolsas en el que cada visitante clasificará y recogerá la basura que se genere, al salir del sitio se colocará en los puestos de recolección del carro de basura de la parroquia.
- c. Para evitar la perturbación del hábitat de especies silvestres, solo se utilizará los senderos abiertos y se les dará mantenimiento cada tres meses, así se evitará que la fauna se aleje del sitio. De igual manera en los recorridos se colocará anuncios de normas de conducta. Además el guía antes de iniciar el recorrido explicará la importancia de la conservación y las normas de conducta en cada actividad.

E. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PRODUCTO.

1. Análisis de inversiones

Tabla VI-108: Inversiones

Denominación	Inversiones
Activos fijos	279.534,00
Terreno	77.000,00
Construcciones y edificaciones	87.000,00
Maquinaria y equipo	84.210,00
Muebles y enseres	1.424,00
Equipo de computo	1.900,00
Vehículo	28.000,00
Activos diferidos	31.789,62
Adecuaciones del área	300,00
Publicidad	2.885,00
Capacitación	800,00
Patentes y permisos	12.102,17
Constitución de la empresa	702,45
Gastos financieros	15.000,00
Capital de trabajo	42.030,87
Mano de obra directa	14.611,26
Sueldos y salarios	9.504,19
Materias primas, materiales e insumos	16.315,42
Servicios básicos	600,00
Contingencias	1.000,00
TOTAL	368.354,49

Elaborado por: Andres Rivadeneira

La anterior tabla, evidencia el cálculo de las inversiones en el cual se refleja, activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, por lo que la inversión inicial del proyecto es de \$368.354,49.

2. Uso y fuentes

Tabla VI-109: Uso Y fuentes

	Fuentes		
	Uso	Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	279.534,00	129.534,00	150.000,00
Terreno	77.000,00	42.000,00	35.000,00
Construcciones y edificaciones	87.000,00	30.000,00	57.000,00
Muebles y enseres	1.424,00	1.424,00	
Maquinaria y equipo	84.210,00	26.210,00	58.000,00
Equipo de computo	1.900,00	1.900,00	
Vehículo	28.000,00	28.000,00	
Activos diferidos	31.789,62	31.789,62	
Adecuaciones del área	300,00	300,00	
Publicidad	2.885,00	2.885,00	
Capacitación	800,00	800,00	
Patentes y permisos	12.102,17	12.102,17	
Constitución de la empresa	702,45	702,45	
Gastos financieros	15.000,00	15.000,00	

Capital de trabajo	42.030,87	42.030,87	
Mano de obra directa	14.611,26	14.611,26	
Sueldos y salarios	9.504,19	9.504,19	
Materias primas, materiales e insumos	16.315,42	16.315,42	
Servicios básicos	600,00	600,00	
Contingencias	1.000,00	1.000,00	
TOTAL	368.354,49	218.354,49	150.000,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Según la tabla anterior la inversión inicial sería financiada en \$218.354,49 a través de recursos propios y mediante préstamo \$150.000,00.

3. Calculo del pago de la deuda

Tabla VI-110: Amortización del préstamo

Año	Préstamo capital	Capital a pagarse	Saldo	Interés	Cuota
2019	150.000,00	30.000,00	120.000,00	15.000,00	45.000,00
2020	120.000,00	30.000,00	90.000,00	12.000,00	42.000,00
2021	90.000,00	30.000,00	60.000,00	9.000,00	39.000,00
2022	60.000,00	30.000,00	30.000,00	6.000,00	36.000,00
2023	30.000,00	30.000,00	0,00	3.000,00	33.000,00
TOTAL				45.000,00	195.000,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

El préstamo necesario para la inversión inicial es de \$150.000,00 genera un interés de \$45.000,00 para 5 años, se utiliza un sistema de amortización Alemán.

4. Depreciación de los activos fijos

Tabla VI-111: Depreciación de los activos fijos

Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación en el proyecto	Valor de salvamento
Terreno	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Construcciones y edificaciones	87.000,00	20	4.350,00	21.750,00	65.250,00
Maquinaria y equipo	84.210,00	10	8.421,00	42.105,00	42.105,00
Muebles y enseres	1.424,00	2	712,00	3.560,00	0,00
Equipo de computo	1.900,00	10	190,00	950,00	950,00
Vehículo	28.000,00	5	5.600,00	28.000,00	0,00
TOTAL	202.534,00		19.273,00	96.365,00	108.305,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

El valor de salvamento de los bienes corresponde a \$108.305,00 luego de los 5 años de proyecto y se genera una depreciación anual \$ 19.273,00.

5. Depreciación de los activos diferidos

Tabla VI-112: Depreciación de los activos diferidos

Depreciación de activos diferidos	Valor de activos diferidos	Año				
		2019	2020	2021	2022	2023
Adecuaciones del área	300,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00

Publicidad	2.885,00	577,00	577,00	577,00	577,00	577,00
Capacitación	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Patentes y permisos	12.102,17	2.420,43	2.420,43	2.420,43	2.420,43	2.420,43
Constitución de la empresa	702,45	140,49	140,49	140,49	140,49	140,49
Gastos financieros	15.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
TOTAL	31.789,62	6.357,92	6.357,92	6.357,92	6.357,92	6.357,92

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Se evidencia el cálculo realizado de la amortización de activos diferidos, en los próximos 5 años de aplicación del proyecto.

6. Presupuesto de egresos

Tabla VI-113: Estructura de costos y gastos

Denominación	Año				
	2019	2020	2021	2022	2023
Costos de producción	177.442,57	186.314,70	205.411,95	237.790,01	289.035,25
Mano de obra directa	87.667,57	92.050,95	101.486,17	117.482,93	142.801,23
Materia prima/materiales e insumos	89.775,00	94.263,75	103.925,78	120.307,09	146.234,02
Gastos administrativos	293.615,19	308.295,95	339.896,28	393.472,43	478.268,20
Sueldos y salarios	57.025,16	59.876,41	66.013,75	76.419,16	92.887,97
Servicios básicos	25.836,36	27.128,18	29.908,82	34.623,20	42.084,71
Materiales e insumos	8.117,50	8.523,38	9.397,02	10.878,23	13.222,55
Permisos durante el funcionamiento	102,17	107,28	118,27	136,92	166,42
Depreciaciones	202.534,00	212.660,70	234.458,42	271.414,93	329.906,54
Gastos en ventas	1.000,00	1.050,00	1.157,63	1.340,10	1.628,89
Promoción y publicidad	1.000,00	1.050,00	1.157,63	1.340,10	1.628,89
Gastos financieros	15.000,00	15.750,00	17.364,38	20.101,43	24.433,42
Interés	15.000,00	15.750,00	17.364,38	20.101,43	24.433,42

TOTAL	487.057,76	511.410,65	563.830,24	652.703,98	793.365,76
--------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Elaborado por: Andres Rivadeneira

De acuerdo a la tabla VI-111 se requieren de \$487.057,76 para el primer año de proyecto, para el año 5 se requiere \$793.365,76.

7. Presupuesto de ingresos

Tabla VI-114: Presupuesto de ingresos

Denominación	Año				
	2019	2020	2021	2022	2023
Producto 1	2.517	2.643	2.685	2.913	3.059
Precio	255,00	255,00	255,00	255,00	255,00
Subtotal	641.835,00	673.965,00	684.675,00	742.815,00	780.045,00
Producto 2	612	643	675	709	744
Precio	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Subtotal	122.400,00	128.520,00	135.000,00	141.800,00	148.800,00
TOTAL	764.235,00	802.485,00	819.675,00	884.615,00	928.845,00

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Según la tabla VI-113, en el primer año de operación del proyecto se reporta un ingreso de \$764.235,00 para el quinto año \$928.845,00.

8. Balance de pérdidas y ganancias o estado de resultados

Tabla VI-115: Balance de pérdidas y ganancias o estado de resultados

Denominación	Año				
	2019	2020	2021	2022	2023
V+ENTAS	764.235,00	802.485,00	819.675,00	884.615,00	928.845,00
C-OSTOS DE PRODUCCIÓN	177.442,57	186.314,70	205.411,95	237.790,01	289.035,25

UTILIDAD BRUTA	586.792,43	616.170,30	614.263,05	646.824,99	639.809,75
G-ASTOS ADMINISTRATIVOS	293.615,19	308.295,95	339.896,28	393.472,43	478.268,20
G-ASTOS VENTAS	1.000,00	1.050,00	1.157,63	1.340,10	1.628,89
UTILIDAD OPERATIVA	292.177,24	306.824,35	273.209,14	252.012,46	159.912,66
G-ASTOS FINANCIEROS	15.000,00	15.750,00	17.364,38	20.101,43	24.433,42
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y REPARTICIÓN DE BENEFICIOS	277.177,24	291.074,35	255.844,76	231.911,02	135.479,24
I-MPUESTOS	69.294,31	72.768,59	63.961,19	57.977,76	33.869,81
UTILIDAD ANTES DE REPARTICIÓN DE UTILIDADES	207.882,93	218.305,77	191.883,57	173.933,27	101.609,43
R-EPARTICIÓN DE UTILIDADES	31.182,44	32.745,86	28.782,54	26.089,99	15.241,41
UTILIDAD NETA	176.700,49	185.559,90	163.101,04	147.843,28	86.368,01

Elaborado por: Andres Rivadeneira

La anterior tabla demuestra que el proyecto reporta utilidades netas positivas desde el primer año con una ganancia de \$176.700,49 y para el quinto \$86.368,01.

9. Flujo de caja

Tabla VI-116: Flujo de caja

Denominación	Año					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
I-inversiones	368.354,49					
V+ALOR DE SALVAMENTO						108.305,00
C+APITAL DE TRABAJO						42.030,87
UTILIDAD NETA		176.700,49	185.559,90	163.101,04	147.843,28	86.368,01

D+EPRECIACIONES		19.273,00	19.273,00	19.273,00	19.273,00	19.273,00
FLUJO DE CAJA	(-368.354,49)	195.973,49	204.832,90	182.374,04	167.116,28	105.641,01
FACTOR DE ACTUALIZACION	1	0,917431193	0,841679993	0,77218348	0,708425211	0,649931386
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	(-368.354,49)	179.792,19	172.403,75	140.826,22	118.389,38	68.659,41
		SUMATORIA	352.195,95	493.022,17	611.411,55	680.070,96

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Según la tabla VI-115, para el proyecto se utiliza una salida de dinero de \$368.354,49 y para el quinto año tiene una entrada de \$105.641,01.

10. Relación beneficio costo

Tabla VI-117: Relación beneficio costo

Denominación	Año					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA	(-368.354,491)	195.973,492	204.832,901	182.374,037	167.116,277	105.641,013
FACTOR DE ACTUALIZACION	1	0,91743119	0,84167999	0,77218348	0,70842521	0,64993139
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	(-368.354,491)	179.792,195	172.403,755	140.826,218	118.389,384	68.659,4099
RBC	1,85					

Elaborado por: Andres Rivadeneira

La Relación beneficio costo es de \$1,85, esto demuestra que el proyecto es viable ya que por cada \$1 que se invierte en el mismo, se recuperara el mismo \$1 y además se tendrá una ganancia neta de \$0,85.

11. Valor actual neto

Tabla VI-118: Valor actual neto

Denominación	Año					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA	(-368.354,491)	195.973,492	204.832,901	182.374,037	167.116,277	105.641,013
FACTOR DE ACTUALIZACION	1	0,91743119	0,84167999	0,77218348	0,70842521	0,64993139
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	(-368.354,491)	179.792,195	172.403,755	140.826,218	118.389,384	68.659,4099
VAN	295.844,35					

Elaborado por: Andres Rivadeneira

El VAN es positivo esto quiere decir que el proyecto es viable.

12. Tasa interna de retorno

Tabla VI-119: Tasa interna de retorno

Denominación	Año					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA	(-368.354,491)	195.973,492	204.832,901	182.374,037	167.116,277	105.641,013
FACTOR DE ACTUALIZACION	1	0,91743119	0,84167999	0,77218348	0,70842521	0,64993139
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	(-368.354,491)	179.792,195	172.403,755	140.826,218	118.389,384	68.659,4099
TIR	41%					

Elaborado por: Andres Rivadeneira

La tasa interna de retorno del proyecto es de 42%, esto indica que siendo mayor al 10% que es el costo de oportunidad de dinero pagaría por ahorros una entidad bancaria.

Tabla VI-120: Tasa pasiva de entidades financieras

Entidad financiera	
Ahorro en dólares	%
Plazo fijo	
Ban Ecuador	
\$50000 en adelante	4,25%
Banco del Pichincha	
\$50000 -en adelante	4%
Banco del pacifico	
\$50000- \$ 999.999	3%
Cooperativa 29 de octubre	7%
\$50000 en adelante	
Cooperativa Mushuc Runa	
\$ 50000 en adelante	10%
Cooperativa Cooprogreso	
\$50000 en adelante	6%

Elaborado por: Andres Rivadeneira

13. Periodo de recuperación de capital

Tabla VI-121: Periodo de recuperación de capital

Denominación	Año					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FLUJO DE CAJA	(-368.354,491)	195.973,492	204.832,901	182.374,037	167.116,277	105.641,013
FACTOR DE ACTUALIZACION	1	0,91743119	0,84167999	0,77218348	0,70842521	0,64993139
FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	(-368.354,491)	179.792,195	172.403,755	140.826,218	118.389,384	68.659,4099
PRC		SUMATORIA	352.195,95	493.022,17	611.411,55	680.070,96

Elaborado por: Andres Rivadeneira

El periodo de recuperación del capital será en el tercer año.

14. Punto de equilibrio

Tabla VI-122: Punto de equilibrio

Denominación	Año					CV	CF
	2019	2020	2021	2022	2023		
Costos de producción	177.442,57	186.314,70	205.411,95	237.790,01	289.035,25		
Mano de obra directa	87.667,57	92.050,95	101.486,17	117.482,93	142.801,23	87.667,57	
Materia prima/materiales e insumos	89.775,00	94.263,75	103.925,78	120.307,09	146.234,02	89.775,00	

Gastos administrativos	293.615,19	308.295,95	339.896,28	393.472,43	478.268,20	
Sueldos y salarios	57.025,16	59.876,41	66.013,75	76.419,16	92.887,97	57.025,16
Servicios básicos	25.836,36	27.128,18	29.908,82	34.623,20	42.084,71	25.836,36
Materiales e insumos	8.117,50	8.523,38	9.397,02	10.878,23	13.222,55	8.117,50
Permisos durante el funcionamiento	102,17	107,28	118,27	136,92	166,42	102,17
Depreciaciones	202.534,00	212.660,70	234.458,42	271.414,93	329.906,54	202.534,00
Gastos en ventas	1.000,00	1.050,00	1.157,63	1.340,10	1.628,89	
Promoción y publicidad	1.000,00	1.050,00	1.157,63	1.340,10	1.628,89	1.000,00
Gastos financieros	15.000,00	15.750,00	17.364,38	20.101,43	24.433,42	
Interés	15.000,00	15.750,00	17.364,38	20.101,43	24.433,42	15.000,00
TOTAL	487.057,76	511.410,65	563.830,24	652.703,98	793.365,76	
TOTAL						185.560,07
						301.497,69

Rubro		Demanda objetiva/unidades a producir	
Costos fijos totales	301.497,69	CVU	59,30
Costos variables totales	185.560,07	Ingresos	1.251.600,00
Unidades a producir	3.129		
Precio de mercado	400,00	ingresos	938.700,00
QE = punto de equilibrio para las unidades a producir	3.129,00		
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	301.511,97	YE=	301.516,74
PE = Precio de equilibrio	155,66		

MG = margen de ganancia	245,00		
U = porcentaje de producción	0,28	U=	0,40
pvp	300		
Margen de ganancia real	144,34		

Elaborado por: Andres Rivadeneira

Para alcanzar el punto de equilibrio se necesita vender 3.129 paquetes turísticos, con esto no tenemos ni pérdidas ni ganancias.

VIII. CONCLUSIONES

- 1.** La comunidad kichwa Pañacocha cuenta con un total de catorce atractivos seis naturales y ocho culturales, su índice de potencial interpretativo es Alto que dice que la comunidad Kichwa Pañacocha cuenta con condiciones adecuadas para ser aprovechado turísticamente.
- 2.** El estudio de comercial, técnico y administrativo determinó que el proyecto es viable para su comercialización, debido a que existe aceptación por parte de los turistas nacionales e internacionales.
- 3.** Desde el punto de vista ambiental la implementación del proyecto es viable, ya que los impactos positivos son mayores, sin embargo los impactos negativos que generarían mayor afectación pueden ser contrarrestadas con las medidas de mitigación que provee el presente estudio.
- 4.** El estudio económico financiero determina que producto turístico es rentable, pues alcanza una TIR de 41% frente al 10% en promedio que paga la cooperativa por ahorro de dinero, un VAN de \$295.844,35 y una relación costo beneficio de \$1,85 lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,85 centavos de dólar.

IX. RECOMENDACIONES

- 1.** Implementar y promocionar el producto turístico, sus bienes y servicios para contribuir a la dinamización de la economía local y a la vez a la valoración y conservación del patrimonio natural y cultural de la comunidad local.
- 2.** Seguir los lineamientos planteados en el proyecto, con la finalidad de prestar servicios seguros y de calidad al turista o visitante, además sirve para la correcta operación del producto turístico.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: diseño de un producto turístico de turismo vivencial en la comunidad Pañacocha, parroquia Pañacocha, cantón Shushufindi, provincia de Sucumbios; se realizó mediante trabajo de campo información primaria, secundaria y talleres participativos con los involucrados en la actividad turística. Se elaboró el diagnóstico situacional de la comunidad local, analizando su estado actual para poder definir sus necesidades básicas y requerimientos para el diseño del producto turístico. También se efectuó el estudio de mercado para conocer el porcentaje de aceptación tanto por los turistas nacionales y extranjeros que desean visitar la comunidad, pudiendo determinar el perfil del turista nacional y extranjero, diseñando el producto turístico, integrando la planta turística necesaria; la ruta de los paquetes turísticos, costos referenciales, mapas, se efectuó el análisis de la oferta de la competencia local ya que ofrecen productos similares, también se estableció medios publicitarios de acuerdo al estudio de mercado, desde el punto de vista ambiental el proyecto es viable ya que no causaran impactos ambientales de gran magnitud además los impactos ambientales negativos son de fácil reversibilidad y se realizó el estudio de viabilidad económica – financiera del proyecto para considerar la factibilidad de la implementación del producto turístico, que determina que el proyecto turístico es rentable, alcanza un TIR de 41% frente al 10% en promedio que paga la cooperativa por ahorro de dinero, un VAN de \$295.844,35 y una relación costo beneficio de \$1,85 lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,85 centavos de dólar. Se pretende lograr posesionar a la comunidad como un destino turístico de Naturaleza y Cultura donde sus productos se oferten combinando atractivos y servicios que generalmente se compran por separado (hospedaje, alimentación, transporte, información, etc.), ofreciéndolos como un producto único, integrado, mediante la práctica de un turismo sostenible.

Palabras clave: PRODUCTO TURÍSTICO – ATRACTIVOS TURÍSTICOS - TURISMO VIVENCIAL.

Por: Nelson Rivadencira



XI. ABSTRACT

The present investigation proposes a tourism product design of experiential tourism in Pañacocha community, Shushufindi municipality in Sucumbios province. Primary and secondary information and participatory workshops were carried out with those involved in tourism activity. The situational diagnosis of the local community was developed, analyzing its current status in order to define its basic needs and requirements for the design of the tourist product. The market study was also carried out to find out the percentage of acceptance by both domestic and foreign tourists, who wish to visit the community, being able to determine the profile of those tourists, designing the tourist product, integrating the necessary tourist plant, the route of the tourist packages, referential costs, maps. The analysis of the local competition offer was carried out since they provide similar products, also advertising means were established according to the market study. From the environmental point of view, the project is feasible since it will not cause environmental impacts of great magnitude, besides the negative environmental impacts are easily reversible and the economic-financial viability study of the project was carried out to consider the feasibility of the implementation of the tourist product, that determines that this project is profitable. It reaches an IRR of 41% compared to the 10% on average that the cooperative pays for saving money, an NPV of 295,844.35 USD and a cost-benefit ratio of 1.85 USD, which indicates for every dollar invested a profit of 0.85 USD cents is obtained. It aims to achieve the community as a tourist destination of nature and culture, where their products are offered by combining attractions and services which are usually purchased separately (lodging, food, transportation, information, etc.), offering them as a single and integrated product through the practice of sustainable tourism.

Key words: TOURISTIC PRODUCTS- TOURISTIC ATTRACTIVES- EXPERIENCED-BASED TOURISM



XII. BIBLIOGRAFÍA

1. Alapca, E., Willy, K., & Flores, O. (2013). Proyecto de tesis turismo vivencial Sibayo, Perú. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/151984360/Turismo-Vivencial>
2. Aliaga, M., Cabrera, R., & Carvajal, O. (2011). Capacitación en estándares de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible. Lima: Universidad Antonio Ruiz de Montoya / Asociación Odebrecht Perú.
3. Álvarez, A. (2004). Introducción al análisis financiero. (3ª. ed.). Perú. Club Universitario.
4. Archer, B. (1964). Teoría diseño. Recuperado el 3 de mayo de 2017 Obtenido de <http://teoria-diseno.blogspot.com/2007/02/algunos-mtodos-de-diseo.html>
5. Archive, A. (2014). Conceptos y ejemplos de estrategias de marketing. Recuperado el 11 de marzo de 2017. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
6. Arias, J. (2006). Población y muestra. Recuperado el 22 de abril de 2017. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
7. Arnoletto, J., & Díaz, C. (2010). Gestión pública. Recuperado el 11 de marzo de 2017. Obtenido de <http://www.eumed.net/librosgratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm>
8. Baca, Q. (2010). Estudio técnico. Recuperado el 6 de junio de 2017. Obtenido de http://www.ucipfg.com/RepositorioMIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
9. Bello, R. (2009). Evaluación de impacto. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf
10. Bizzocchi, A. (2010). Ideas marketing. Recuperado el 11 de mayo de 2017. Obtenido de <https://ideaschicago.com/los-colores-y-su-significado/>
11. Blanco, C. (2007). Formulación y evaluación de proyectos. Recuperado el 11 de abril de 2017. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR8257.pdf>
12. Bodie, & Merton. (1999). Finanzas. Recuperado el 11 de marzo de 2017. Obtenido de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/soriano_a_j/capitulo2.pdf
13. Bonta, P., & Farber, M. (2003). Negocios. Recuperado el 6 de abril de 2017. Obtenido de http://www.tematika.com/libros/negocios_y_cs_economicas--10/administración--1/marketing_y_ventas--3/199_preguntas_sobre_marketing_y_publicidad--194208.htm
14. Briones, Q. (1995). Universo y Muestra. Recuperado el 11 de marzo de 2017. Obtenido de <http://metinvc.blogspot.com/2012/02/t5b-proyecto-de-investigacion.html>
15. Calderón, R. (2009). Estudios del turismo. Recuperado el 10 de mayo de 2017. Obtenido de <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

16. Carrasco, S. (2009). Metodología de investigación. Lima: San Marcos. Recuperado el 11 de junio de 2017. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-el-universo.html>
17. Carreras, O. (2008). Colores. Recuperado el 21 de agosto de 2017. Obtenido de <https://olgacarreras.blogspot.com/2008/11/resea-psicologa-del-color-de-evaheller.htm>
18. Díaz de Quijano. (1993). Mundo de los negocios. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://ciclog.blogspot.com/2011/09/7-definiciones-de-organizacion.html>
19. Díaz, Michael Y Walker, Bruce. (1999). Fundamentos del marketing. Tanton. Mc Graw Hill Int.
20. Díaz, Michael. (2008). Atractivo. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <https://definicion.de/attractivo/>
21. Didier, J. (2010). Relación beneficio costo. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
22. Durazno, W. (2009). Paquete turístico tras la huella de nuestra cultura precolombina en Cuenca y en el Parque Nacional Cajas. Recuperado el 10 de junio de 2017. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/909/1/07453.pdf>
23. Echarri, L. (2006). Ciencias de la tierra y el medio ambiente. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://www4.tecnun.es/asignaturas/Ecologia/Hipertexto/15HombAmb/150ImpAmb.htm#Metodolog%C3%ADas%20de%20Evaluaci%C3%B3n%20del%20Impacto%20Ambiental>
24. Eleti, María. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006
25. Escobar, Juan. (2014). Valor actual neto. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
26. Estupiñán, Gabriel. (2013). Nación étnica. Recuperado el 10 de octubre de 2017. Obtenido de <http://nacionetnica1990.blogspot.com/>
27. Fischer, S., Dornbusch, R., & Schmalensee, R. (1993). Economía. (2ª. Ed.). Madrid: MacGraw-Hill.
28. Fisher, L. (2004). Mercadotecnia. Madrid: MacGraw-Hill.
29. Flores. (2008). Conceptos contabilidad. Recuperado el 10 de junio de 2017. Obtenido de <http://conceptoscontabilidad.blogspot.com/2009/02/estado-de-resultados.html>
30. Frascara, J. (2000). Diseño. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de http://www.cesfelipesecondo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno_Grafico_1/Qu%E9%20es%20el%20dise%C3%B1o.pdf
31. Galicia, A. (2010). Estudio de mercado. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de http://bicgalacia.org/files/Manuais_Xestion/cast/3RealizarEstudodeMercado_cas.pdf

32. Getto, J. (2010). Estudio de impacto ambiental. Recuperado el 21 de junio de 2017. Obtenido de <http://www.grn.cl/estudio-de-impacto-ambiental.html>
33. Gitman, & Zutter. (2006). Vida económica. España.
34. Gobierno Autónomo Descentralizado Shushufindi. (2010). Plan de ordenamiento territorial. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de app.sni.gob.ec/sni-link/sni/...PDT.../Suelos%20y%20Ecoistemas%20Sucum.doc
35. Gobierno Autónomo Descentralizado Shushufindi. (2015). Plan de ordenamiento territorial. Recuperado el 11 de marzo de 2017. Obtenido de <http://www.sucumbios.gob.ec/index.php/2015-10-20-00-03-09/2015-10-26-18-39-23/2015-10-27-15-38-38/2015-10-27-15-45-17>
36. Gobierno Autónomo Descentralizado Sucumbíos. (2015a). Turismo comunitario. Recuperado el 3 de abril de 2017. Obtenido: <http://www.sucumbios.gob.ec/turismo/>
37. Guzmán, G. (2007). Psicología y mente. Recuperado el 6 de octubre de 2017. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/psicologia/que-significa-color-naranja>
38. Heckmeier, B., & Michl, W. (1993). Educación social. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://www.eduso.net/res/22/articulo/pedagogia-experiencial-o-vivencial-el-programa-intensivo-para-jovenes>
39. Hernan, H. (2012). Inventario de atractivos. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://inventarioturisticolopez.blogspot.com/2012/12/inventario-turistico.html>
40. Hernández, M. (2013). Estimación de vida útil y depreciación de los bienes. Recuperado el 18 de junio de 2017. Obtenido de <http://132.248.9.34/hevila/Revistahaciendamunicipal/2013/no120/3.pdf>
41. Herrera, P. (2017). Turismo vivencial. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://www.vistazo.com/seccion/tendencias-turismo/turismo/turismo-vivencial-un-contacto-con-la-cultura>
42. Horngren, C., & Harrison, W. (2008). Depreciación. Recuperado el 14 de octubre de 2017. Obtenido de <http://delirm.blogspot.com/>
43. Iglesias, P. (2015). Gestión para la excelencia operacional. Recuperado el 14 de octubre de 2017. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
44. Jácome, I., & Carvache, F. (2017). Análisis del costo – beneficio una herramienta de gestión. Contribuciones a la economía, (4ª. Ed). Perú.
45. Jauregui, M. (2012). Estado de pérdidas y ganancias. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://blog.conductuempresa.com/2012/02/que-es-un-estado-de-ganancias-y.html>
46. Kotler, P., & Lane, K. (2009). Dirección de marketing. Pensilvania: Pearson Educación.
47. Lagos, M. (1984). Ambiente. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de http://www.legislacionambientalspda.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=3:el-concepto-de-ambiente-&catid=18:cap-1&Itemid=4709
48. León, B. (1985). Organizacional. Recuperado el 18 de junio de 2017. Obtenido de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/ortiz_m_a/capitulo2.pdf

49. León, C. (1998.). Supercias. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
50. Lourdes, G. (2006). Ley orgánica de economía popular y solidaria. Recuperado el 21 de octubre de 2017. Obtenido de www.seps.gob.ec
51. Luque. (1997). Marketing operativo. Madrid: MacGraww Hill.
52. Malhotra, K. (1997). Investigación de mercados un enfoque práctico (2ª. ed.). Bogotá: Prentice-Hall Hispanoamericana.
53. Marshall, P. (2006). Producto. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
54. Marshall, A. (1842-1924). Economía y algo más. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://economiaparatodosyalgomias.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>
55. Martínez, A. (2013). Estructura de costos y gastos. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <https://www.aporrea.org/actualidad/a158609.html>
56. McIntosh, G. (1986). Tourism: principales, practices, philosophies. New York: John Wiley & Sons.
57. Meriño, R., & Lopez, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. Salvador: Ribeira Sacra.
58. Ministerio de Ambiente. (2008). Plan de manejo ambiental integral Pañacocha. Pañacocha.
59. Ministerio de Comercio y Servicio de Colombia. (2010). Metodología de inventario de atractivos turísticos. Colombia.
60. Ministerio de Turismo. (2017). Guía metodológica para la jerarquización de atractivos 2017. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
61. Ministerio de Turismo. (2017a). Metodología de inventario. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <file:///C:/Users/Docente/Downloads/4.1.2%20Metodolog%C3%ADa%20de%20Inventario%20Turistico.pdf>
62. Ministerio de Turismo. (2017b). Metodología de inventario. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <file:///C:/Users/Docente/Downloads/4.1.2%20Metodolog%C3%ADa%20de%20Inventario%20Turistico.pdf>
63. Ministerio de Turismo. (2017c). Metodología de inventario. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <file:///C:/Users/Docente/Downloads/4.1.2%20Metodolog%C3%ADa%20de%20Inventario%20Turistico.pdf>
64. Ministerio de Turismo. (2017d). Metodología de inventario. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>

65. Ministerio de Turismo. (2017e). Metodología de inventario. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>
66. Ministerio del Medio Ambiente. (s.f.). Áreas Protegidas Del Ecuador. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo>.
67. Montalvo, O. (2002). Finanzas. Recuperado el 16 de abril de 2017. Obtenido de <http://articulosfinanzas.blogspot.com/2009/01/definicion-de-administracion-financiera.html>
68. Mooney, J. (1947). Organización. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://ciclog.blogspot.com/2011/09/7-definiciones-de-organizacion.html>
69. Moreno, M. (2010). Flujo de caja. Recuperado el 16 de octubre de 2017. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
70. Mosqueda, V. (s.f.). Psicología colores. Recuperado el 16 de octubre de 2017. Obtenido de <https://www.lifeder.com/psicologia-del-color-verde/>
71. Muñoz. (2003). Productos turísticos. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=20100&name=DISENO-PRODUCTO-TURISTICO-2006.pdf&prefijo=file>
72. Muñoz, P. (2012). Estudio técnico de la evaluación de proyectos. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://es.calameo.com/books/0002502626bb80b3c97bd>
73. Murria, S. (1995). Universo y muestra. Recuperado el 24 de junio de 2017. Obtenido de <http://metinvc.blogspot.com/2012/02/t5b-proyecto-de-investigacion.html>
74. Neira, M. (2016). Factibilidad del proyecto empresarial. Recuperado el 24 de junio de 2017. Obtenido de <http://www.decoop.cl/Inicio/FomentoCooperativo/CursosenL%C3%ADnea/FACTIBILIDADDELPROYECTOEMPRESARIAL/tabid/130/Default.aspx>
75. Norris, C., & Charles, J. (2003). Economía: enfoque América Latina. Berkeley. Madrid: McGraw-Hill.
76. Núñez, J. (2014). Aprendizaje y vida. Recuperado el 24 de Junio de 2017. Obtenido de <https://aprendizajeyvida.com/2014/04/28/el-color-naranja/>
77. Organización Mundial del Turismo. (2007). Turismo. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://icr.unwto.org/content/guidebook-sustainable-tourism-development>
78. Organización Mundial del Turismo. (2016). Organismo especializado de las naciones unidas. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
79. Organización Panamericana de la Salud. (2016). Proceso vivencial y aprendizaje. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10903%3A2015-proceso-vivencial-aprendizaje&catid=7680%3Adinamicas-grupales&Itemid=42210&lang=es

80. Ortega, C. (2002). *Introducción a las finanzas*. México: McGraw Hill.
81. Ortíz, A., & Rivero, G. (2006). *Estructuración de costos*. Recuperado el 6 de abril de 2017. Obtenido de http://www.rootchange.org/about_us/resources/publications/Estructuracion_costos_conceptos_metodologia.pdf
82. Oscar De La Torre Padilla. (1980). *Turismo*. Recuperado el 6 de abril de 2017. Obtenido de <http://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>
83. Pabon, R. (2013). *Preparación y evaluación de proyectos*. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://aulapreparacionyevaluaciondeproyectos.blogspot.com/2013/11/viabilidad-organizacional-legal-y-social.html>
84. Padilla, R. (2008). *Punto de equilibrio y eficiencia*. Recuperado el 26 de octubre de 2017. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/punto-de-equilibrio>
85. Padilla, R. (2017). *Zona económica*. Recuperado el 26 de octubre de 2017. Obtenido de <https://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>
86. Parroquia Rural Pañacocha. (2014). *Organización social*. Pañacocha.
87. Peñuelas, R. (2008). *Técnicas e instrumentos*. Recuperado el 16 de junio de 2017. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
88. Pilar, M. (2008). *Tuismo vivencial*. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://mgils.blogspot.com/>
89. Polar, L. (2006). *Viabilidad económica*. Recuperado el 10 de abril de 2017. Obtenido de <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad-plan-economico-y-financiero>
90. Pulisher, A. (2013). *Propuesta de desarrollo turístico comunitario en la parroquia Mindo*. Recuperado el 28 de octubre de 2017. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1308/1/T-UCE-0005-192.pdf>
91. Quadri, G. (2006). *Políticas públicas. Sustentabilidad y medio ambiente*. México: Miguel Ángel Porrúa.
92. Randall, G. (2003). *Principios de Marketing*. (2ª. ed.). España: Thomson.
93. Reswich. (1982). *Diseño*. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de http://www.cesfelipesegundo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno_Grafico_1/Qu%E9%20es%20e%20dise%F1o.pdf
94. Requir, H. (2010). *Turismo vivencial*. Recuperado el 10 de octubre de 2017. Obtenido de <http://turismovivencialbolivia.blogspot.com/>
95. Ribeiro, L. (2001). *Generar beneficios*. Recuperado el 15 de junio de 2017. Obtenido de <https://generacionproyectos.wordpress.com/2011/11/29/1-4-definicion-y-clasificacion-de-empresa/>
96. Riquelme, M. (2008). *Empresas y economías*. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/>
97. Rivadeneira, A. (2017). *Pañacocha: Rivadeneira*

98. Robbins, L. (2012). Economía y algo más. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://economyaparatosyalgomas.blogspot.com/2012/06/definicion-de-economia-segun-algunos.html>
99. Rosales, M. (2005). Estudio técnico. Recuperado el 24 de junio de 2017. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
100. Sandhusen, L. (2002). Mercadotecnia. España: Compañía Editorial Continental.
101. Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Recuperado el 26 de octubre de 2017. Obtenido de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200003
102. Sapag, N. (2008). Estudio técnico. Recuperado el 24 de junio de 2017. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
103. Sapag, C. (1995). Preparación y evaluación de proyectos. Santafé de Bogotá: Mc Graw Hill.
104. Scott, R. (1950). Diseño. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://www.pablomuract.com.ar/index.php/catedras-ifdc-vm-movil/disenio-2/103-capitulo-1-el-diseno-conceptos-y-definiciones>
105. Simon. (1952). Mundo de negocios. Recuperado el 10 de junio de 2017. Obtenido de un sistema de actividades interdependientes que abarcan por lo menos varios grupos primarios y generalmente caracterizados a nivel de la conciencia de los participantes por un alto grado de dirección del comportamiento hacia fines que son objeto de conocimientos.
106. Smith, V. (1992). Tourism alternatives. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
107. Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Recuperado el 10 de junio de 2017. Áreas protegidas con su configuración altamente dendrítica, disectan fuertemente el área de estudio, existe disposición de gran cantidad de recurso hídrico aprovechable bajo adecuadas normas de manejo. Calidad de Agua El crecimiento de la población, sobre todo en áreas. Obtenido http://www.rootchange.org/about_us/resources/publications/Estructuracion_costos_conceptos_metodologia.pdf
108. Sobrero, S. (2009). Análisis de viabilidad: Recuperado el 10 de octubre de 2017. Obtenido de <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>
109. Soriano. (2007). Marketing operativo. Recuperado el 10 de junio de 2017. Obtenido de <https://www.puromarketing.com/27/4032/marketing-operativo.html>
110. Soriano, R. (1996). Técnicas e Instrumentos de investigación. Recuperado el 19 de octubre de 2017. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
111. Stanton, Etzel, & Walker. (2004). Fundamentos de Marketing (13ª. ed.) Mc Graw Hill.
112. 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 25 de junio de 2017. Obtenido de <http://dspaee.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/3610/1/23T0424%20PADILLA%20ESTEFANIA.pdf>

113. Urbano, S. (2017). Economía y finanzas. Recuperado el 24 de octubre de 2017. Obtenido de <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
114. Varela, C. (2001). Estudios de factibilidad de proyectos. Recuperado el 24 de octubre de 2017. Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
115. Veletanga, G. (2012). Economía y finanzas internacionales. Recuperado el 24 de octubre de 2017. Obtenido de <http://pucae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/74-politica-comercial>
116. Vidal, M. (2017). Turismo Vivencial. pág. 1. Recuperado el 16 de junio de 2017. Obtenido de <http://www.vistazo.com/seccion/tendencias-turismo/turismo/turismo-vivencial-un-contacto-con-la-cultura>
117. Walker, B., Stanton, W., & Etzel, M. (2007). Fundamentos del marketing. Recuperado el 10 de junio de 2017. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
118. Walpole, & Myers. (1996). Universo y muestra. Recuperado el 10 de marzo de 2017. Obtenido de <http://metinvc.blogspot.com/2012/02/t5b-proyecto-de-investigacion.html>
119. Zambrana, G. (2011). La amortización. Recuperado el 24 de octubre de 2017. Obtenido de http://www.mailxmail.com/definicion-metodos-amortizacion_h
120. Zambrana, G. (2012). Viabilidad comercial. Recuperado el 24 de octubre de 2017. Obtenido de http://www.mailxmail.com/viabilidad-comercial-estudio-mercado-conceptos-basicos_h

XIII. ANEXOS

ANEXO N° 1: Ficha de registro y levantamiento de atractivos turísticos.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES														
Código del atractivo:	1	5	0	1	5	5	S	N					0	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Atracti		Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo		
1. DATOS GENERALES														
1.1 Nombre del Atractivo Turístico														
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo						
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO														
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia						
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal						
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio más cercano										
2.9 Latitud (grados)				2.10 Longitud (grados)				2.11 Altura (msnm)						
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS														
3.1. Clima			3.2 Temperatura			3.3 Precipitación Pluviométrica								
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO														
4.1 Tipo de Ingreso														
4.1.1 Libre (2)			4.1.2 Restringido			4.1.3 Pagado								
4.1.4 Precio			a. Desde \$			b. Hasta \$								
4.1.5 Forma de Pago			a. Efectivo			d. Tarjeta de								
			b. Tarjeta de Debito			e. Cheque								
			c. Transferencia			f. Otro								
4.1.6 Horario			a. Hora de Ingreso			b. Hora de Salida								
4.1.7 Atención			a. Todos los días			c. Fines de Semana y								
			b. Sólo días hábiles			d. Otro:								
Observaciones:														
4.2 Temporalidad (2)				SI				NO						
4.2.1 Alta (meses)			a. Desde			b. Hasta								

4.2.2 Baja (meses)		a. Desde		b. Hasta	
Observaciones:					
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (3)		SI		NO	
a. Rampas		b. Baterías Sanitarias		c. Personal Calificado	
d. Sistema Braille		e. Otro		f. Ninguno	
Observaciones:					
5. CONECTIVIDAD Y ACCESO AL ATRACTIVO					
5.1 Conectividad					
5.1.1 Terrestre (1)	a. Primer Orden		5.1.2 Estado de vías	a. Bueno	
	b. Segundo Orden			b. Regular	
	c. Tercer Orden			c. Malo	
5.1.3 Acuático (1)	a. Marítimo		Describir:		
	b. Fluvial				
5.1.4 Aéreo (1)			Describir:		
5.1.5 Otro			Describir:		
5.2 Medios de Transporte y frecuencias					
5.2.1 Tipo		5.2.2 Frecuencia			
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d.
a. Bus					
b. Busetas					
c. Automóvil					
d. 4x4					
e. Tren					
f. Barco					
g. Lancha / Canoa/ Bote					
h. Avión					
i. Avioneta					
j. Helicóptero					
k. Otro					
l. Ninguno					
Observaciones:					
5.3. Poblado Urbano más		SI		NO	
5.3.1 Relación Espacio / Tiempo					
5.3.1.1 Nombre del					

a. Distancia al Poblado urbano más cercano	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más	horas/ minutos
Observaciones:			
6. PLANTA TURÍSTICA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
6.1 Planta Turística			
a. Alojamiento (1)	# Habitaciones	# Plazas	
b. Alimentos y	# Mesas	# Plazas	
c. Transporte Turístico (1)	Especifique:		
d. Guianza (1)	Especifique:		
e. Ocio y Recreación (0,5)	# Mesas	# Plazas	
f. Facilidades (0,5)	Especifique:		
g. Otros	Especifique:		
h. Ninguno	Observaciones:		
6.2 Comunicación			
6.2.1 Telefonía (1)			
a. Fija (1)	b. Móvil (1)	c. Otra	
d. No existe	Observaciones:		
6.2.2 Conexión a Internet (1)			
a. En el Sitio	b. Wi - fi	c. No existe	
6.2.3 Radio Portátil (1)			
a. Existe	b. No existe		
6.3 Seguridad (1)			
	SI	NO	
a. Privada	b. Policía Nacional	c. Ejercito	
d. Otra	Especifique:		
6.4 Señalización			
a. Señalización de aproximación al sitio (1)	Observaciones		
b. Señalética en el sitio	Estado	Bueno (3)	Regular (2) Malo (1)
c. Ninguna	Observaciones		


6.5 Otros Servicios (1)				
a. Parqueadero		b. Casa de cambio		c. Venta de Artesanías
d. Alquiler de equipos		e. Taxis		f. Cajero
g. Senderos		h. Baterías Sanitarias		i. No Existe
j. Otro		Especifique:		
6.6 Servicios Básicos				
6.6.1 Agua (1)		SI		NO
a. Potable		b. Pozo		c. Tanquero
d. Entubada		e. Río, vertiente, acequia o canal		f. Lluvia
g. Otro		h. No Existe		
Observaciones:				
6.6.2 Energía Eléctrica (1)		SI		NO
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público		b. Panel Solar		c. Generador de Luz
d. Otro		e. No Existe		
Observaciones:				
6.6.3 Servicio de Alcantarillado		SI		NO
a. Red Pública		b. Pozo Ciego		c. Pozo Séptico
d. Con descarga directa al mar, río o quebrada		e. Letrina		f. Otro
g. No existe		Observaciones		
6.6.4 Recolección de Desechos		SI		NO
a. Carro Recolector		b. Terreno baldío o quebrada		c. Quema de basura
d. Basura enterrada		e. Basura arrojada al río, acequia o canal		f. Otro
Observaciones:				

6.6.5 Salud (1)		SI		NO	
a. Hospital		b. Centro de salud		c. Puesto de Salud	
d. Dispensario Médico		e. Botiquín de Primeros Auxilios		f. Ninguno	
Observaciones:					
7. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN					
7.1 En el Agua (1)					
a. Buceo		b. Kayak		c. Paravelismo	
d. Pesca Deportiva		e. Esquí Acuático		f. Paseo en Moto Acuática/Parasailing/ Esquí	
g. Snorkel		h. Paseo en Panga/Bote/ lancha		i. Tubing	
j. Banana / Boyas		k. Regata		l. Rafting	
m. Kite Surf		n. Surf		o. Tubing	
p. Otro		Especifique:			
7.2 En el Aire (1)					
a. Alas Delta		b. Canopy		c. Parapente	
d. Paracaidismo		e. Otro		f. Ninguno	
Especifique:					
7.3 En Superficie Terrestre (1)					
a. Montañismo		b. Ciclismo		c. Espeleología	
d. Cabalgata		e. Senderismo		f. Actividades Recreativas	
g. Cayoning		h. Escalada		i. Caminata	
j. Camping		k. Pic nic		l. Observación de flora y fauna	
m. Fotografía		n. Otro		o. Ninguno	
Observaciones:					
8. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO Y ENTORNO (directo)					
8.1 Atractivo					
a. Alterado		b. No Alterado (2)		c. Conservado (1)	
d. Deteriorado		e. En proceso de		f. Otro	
Especifique:					
8.1.1 Factores de deterioro					
8.1.1.1 Naturales			8.1.1.2 Antrópicos		

a. Erosión		a. Actividades Agrícolas		i. Condiciones de uso y exposición	
b. Humedad		b. Actividades Ganaderas		j. Falta de mantenimiento	
c. Desastres Naturales		c. Actividades Forestales		k. Contaminación del Medio	
d. Flora/Fauna		d. Actividades Extractivas / Minería		l. Generación de residuos	
e. Clima		e. Actividades Industriales		m. Expansión urbana	
f. Otro		f. Negligencia / Abandon		n. Conflicto Político / Social	
Especifique:		g. Huaquería		o. Desarrollo Industrial / Comercial	
		h. Conflicto de tenencia			
Observaciones:					
8.2 Entorno (500 m)					
a. Alterado		b. No Alterado (2)		c. Conservado (1)	
d. Deteriorado		e. En proceso de deterioro		f. Otro	
Especifique:					
8.2.1 Factores de deterioro					
8.2.1.1 Naturales			8.2.1.2 Antrópicos		
a. Erosión		a. Actividades Agrícolas		i. Condiciones de uso y exposición	
b. Humedad		b. Actividades Ganaderas		j. Falta de mantenimiento	
c. Desastres Naturales		c. Actividades Forestales		k. Contaminación del Medio Ambiente	
d. Flora/Fauna		d. Actividades Extractivas / Minería		l. Generación de residuos	

e. Clima		e. Actividades Industriales		m. Expansión urbana	
f. Otro		f. Negligencia / Abandon		n. Conflicto Político / Social	
Especifique:		g. Huaquería		o. Desarrollo Industrial / Comercial	
		h. Conflicto de tenencia			
Observaciones:					
8.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea (1)					
a. El atractivo guarda armonía con el entorno		SI		NO	
Observaciones:					
8.4. Declaratoria del Atractivo (1)					
SI			NO		
a. Tipo		b. Fecha de Declaración		c. Categoría	
Observaciones:					
9. AMENAZAS NATURALES					
9.1 Geológicas			9.2 Meteorológicas		
a. Sismos			a. Huracanes		
b. Erupciones volcánicas			b. Deslizamientos		
c. Movimientos en masa-deslizamientos			c. Marejadas		
d. Fallas Geológicas			d. Inundaciones		
e. Otros		Especifique:			
10. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA					
10.1 Afluencia	a. Nacional (1)		b. Extranjero (2)		
10.2 Tipo	a. Turista (1)	b. Excursionista	a. Turista (1)	b. Excursionista	
10.3 Frecuencia		(1)		(1)	(1)

a. Alta (3)				
b. Media (2)				
c. Baja (1)				
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
a. Local (1)		c. Regional (2)		d. Nacional (3)
e. Internacional (4)		f. Todos (10)		g. Ninguno
12. MEDIOS PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO				
a) Página WEB (1)		URL:		
b) Red Social (1)		Nombre:		
c) Medio escrito (1)		Nombre:		
d) Material POP (1)		Nombre:		
e) Oficina de Información Turística (1)		Nombre:		
f) Otro (1)		Especifique:		
g) ninguno				
Observaciones:				
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS (1)				
	SI		NO	
a. Nombres		b. Distancia/ km		
14. ORDENAMIENTO TURÍSTICO				
a. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)	SI		NO	
15. ADMINISTRACIÓN DEL SITIO TURÍSTICO				
15.1 Nombre del Administrador:				
15.2 Tipo de Administrador				
a. Público		Especifique:		

b. Privado		Especifique:			
c. Comunitario		Especifique:			
d. Otro		Especifique:			
15.3 Nombre de					
a. Teléfono		b. Celular			
c. Correo		d. Página WEB			
Observaciones					
16. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO					
17. ANEXOS					
a. Archivo Fotográfico del Sitio		b. Video del Sitio			
					
c. Croquis desde el Sitio Poblado hacia el Atractivo.					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Institución		Institución		Institución	
Cargo		Cargo		Cargo	
CI.		CI.		CI.	
Correo Electrónico		Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

ANEXO N° 2: Rol de pagos

GERENTE		
Remuneración unificada		
1er		
Sueldo Nominal	925,50	
aporte patronal	101,81	
aporte personal	83,30	
aporte al IECE/SECAP	89,89	
R B Mensual	1200,49	
Anual	15992,42	1332,70

ANEXO N° 3: Ficha de inventario turístico río Pañayaku

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	1	0	4	5	2	A	N	0	5	0	1	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
RÍO PAÑAYAKU																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRACTIVOS_NATURALES				RÍOS				RÍO									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
SUCUMBÍOS				SHUSHUFINDI				PAÑACocha									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
Comuna Kichwa Pañacocha				PARROQUIA PAÑACocha													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
0°25'55,8" S				76°06'23,7" W				228									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:				COMUNA KICHWA PAÑACocha													
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1. Clima SELVA TROPICAL				3.2 Temperatura(°C) 25°-35°				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm) 2000-4000									
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)		0		4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)		0		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)		1							
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desd		0 10		b. Hasta \$		10							
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input checked="" 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:		7:00		b. Hora de Salida:		17:00									
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: Con el pago realizado se visita todos los atractivos de la Comunidad Kichwa Pañacocha											
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:		Desde Junio hasta Febrero							
b. Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		El resto del año							
Observaciones:											
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 existe este tipo de oferta para este tipo de demanda en la actualidad en el atractivo											
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 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"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>		
	b. Segundo Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	0		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:								
	b. Lacustre	0	Describir:								
	c. Fluvial	1	Describir: A través de Canoa a motor fuera de borda								
5.1.3 Aéreo	0	Describir:									
Observaciones: En la Parroquia Pañacocha se alquila una canoa a motor fuera de borda para poder trasladarse al atractivo con capacidad para 6 personas y el costo por pax es de 10,00 dólares americanos.											
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"/>				
5.2.2 Conexión a Internet (M)	0	a. Línea Telefónica	<input type="checkbox"/>	b. Cable	<input type="checkbox"/>	c. Satélite	<input type="checkbox"/>				
		d. Redes inalámbricas	<input type="checkbox"/>	e. LMDS	<input type="checkbox"/>	f. Telefonía Móvil	<input type="checkbox"/>				
5.2.3 Radio Portátil (U)	0	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>						
Observaciones:											
5.3 Señalización (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Señalización de aproximación al sitio	0	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>				
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Parroquia Pañacocha											
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:	1	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:	0:05:00	horas/ minutos						
Observaciones: El tiempo y la distancia son aproximados, movilizándose en canoa con motor fuera de borda.											

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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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:	Se traslada desde el Coca a través de una Agencia de Viajes u Operadora Turística las cuales brindan el transporte incluido, además para turistas sin intermediarios pueden trasladarse desde el Coca en el transporte fluvial público con capacidad para 50 personas y tiene los siguientes horarios de lunes a domingos en un solo turno que es a las 07:00am y tiene un costo de 10,00 dólares americanos y se viaja hasta la Parroquia Pañacocha. En la parroquia Pañacocha se alquila una canoa con motor fuera de borda el costo es de 10,00 dólares americanos por pax y la capacidad de la canoa es de 6 personas.						
6. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" 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 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	2	Especifique:	Canoas con motor fuera de borda para transportarse a los atractivos.				
f. Guianza	0	Especifique:					
g. Otros	2	Especifique:					
Observaciones:	En el atractivo como tal no existe planta turística sin embargo en la zona cercana Parroquia Pañacocha existe planta turística privada como es Hospedaje y Alimentación, hospedaje y comedor Castillo cuenta con 10 plazas para hospedaje y 30 plazas para alimentación y el Comedor El Guayaco con sabor amazónico cuenta con 30 plazas para alimentación y además en la laguna Pañacocha se encuentra el Lodge Amazon Dolphin cuenta con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación y el Lodge Papagayo que cuentan con 20 plazas para hospedaje y 20 plazas para alimentación.						

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 <input type="checkbox"/>	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"/>
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	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 <input type="checkbox"/>	Senderos <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	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 <input checked="" type="checkbox"/>	Área de servicio de alimentación <input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Garitas de guardianía <input checked="" type="checkbox"/>	1			0°25'53"	76°6'23"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 <input type="checkbox"/>		Especifique:							
Observaciones:									
6.3 Complementarios (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
a. Casa de cambio <input type="checkbox"/>	b. Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>							
f. Cajero automático <input type="checkbox"/>	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: Ya que el ingreso de personas es mínimo y además es con fines turísticos responsables.							
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. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Escaso o nulo mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / Comercial	<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: Son áreas destinadas por la comunidad para belleza paisajística.							
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. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas /	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquearía	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / Comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
7.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<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"/>
a. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:					
Observaciones:							

7.5 Amenazas Naturales (M)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	b. Deslizamientos				<input type="checkbox"/>	
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<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:							
8. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
8.1 Agua (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero	<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia	<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
8.2 Energía Eléctrica (M)		SI	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público:	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de corriente eléctrica	<input type="checkbox"/>		
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"/>
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	d. Con descarga directa al 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	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Manejo de desechos (5R)	<input type="checkbox"/>	b. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	c. Terreno baldío o	<input type="checkbox"/>	d. Quema de basura	<input type="checkbox"/>
e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Basura enterrada	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							

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	0
Observaciones: <i>En la Parroquia Pañacocha existe un Sub centro de salud.</i>							
8.6 Seguridad (M)		SI	2	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Policía Metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <i>Guardia</i>					
Observaciones: <i>Guardias comuneros que se encuentran en la entrada del atractivo y además se encuentra un UPC en la Parroquia Pañacocha.</i>							
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	0	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):		SI	5	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: <i>Manual de conservación, Plan de Manejo Ambiental Integral Pañacocha</i>	
9.3. Nombre del Administrador:		<i>Comunidad Kichwa Pañacocha</i>					
9.4. Tipo de Administrador (U)							
a. Público	<input type="checkbox"/>	b. Privado	<input type="checkbox"/>	c. Comunitario	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:							
9.5. Contacto							
a. Nombre:	<i>Pacifico Noteno</i>			b. Teléfono/Celular:	<i>0986243562</i>		
c. Correo Electrónico:	<i>S/I</i>			d. Página WEB:	<i>S/I</i>		
Observaciones: <i>Presidente de la Comuna Kichwa Pañacocha</i>							
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 checked="" 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 / Lancha	<input checked="" type="checkbox"/>	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí	<input type="checkbox"/>	l. Banana / Inflables	<input type="checkbox"/>		
m. Pesca Deportiva	<input checked="" type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:							
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	0	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>		
d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>		
g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>	i. Caminata	<input type="checkbox"/>		
j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Pícnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>		
m. Fotografía	<input 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 o Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0		
g. Fotografía	0	h. Información del lugar	0	i. Visita a Talleres	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	0	NO	<input type="checkbox"/>			
10.2.2.7. Características Específicas distintivas:							
10.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:	SI	0	NO	<input 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 ATRACTIVO		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
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	1	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:					
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
g. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: <i>Se realiza por operadoras turísticas en el Coca y además el método boca/oído</i>					
Observaciones:							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	<input checked="" 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)			
LAGUNA CHARAPA	2	0:20:00	0°24'15.3"S	76°07'44.6" W			
LAGUNA LA GOLONDRINA	2.3	0:25:00	0°24'00.6"S	76°07'40.2" W			
LAGUNA PAÑACOA	2.5	0:30:00	0°23'44.8S	76°07'39.5" W			
LAGUNA PIWALI	3.5	0:40:00	0°23'54.3"S	76°08'37.7" W			
BOSQUE PROTECTOR PAÑACOA	1	0:10:00	0°23'38.5"S	76°07'28.3" W			
Observaciones:	<i>Se toma desde la entrada del río PAÑAYAKU en la guardianía, la distancia y tiempo son aproximados, el traslado de un atractivo a otro se realiza en la misma canoa a motor fuera de borda.</i>						
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 0,6	a. Turista 0	b. Excursionista 0,3	a. Alta 0	b. Media 0,3	c. Baja 0		
b. Nacional 1,1	a. Turista 0	b. Excursionista 0,5	a. Alta 0	b. Media 0,6	c. Baja 0		
c. Extranjera 1,1	a. Turista 0	b. Excursionista 0,5	a. Alta 0	b. Media 0,6	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 2	Tercer Nivel 0	Cuarto Nivel 0	Otro 0	Especifique:		
13.3 Manejo de Idiomas (M)							
a. Inglés <input 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: <i>Actualmente no posee.</i>							

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO SI NO S/I

El atractivo se encuentra al noreste de la parroquia Pañacocha a 5 minutos en canoa.
 El atractivo tiene una extensión de 50 km de longitud y una profundidad máxima de 3.50 m y hasta 8m de ancho, donde se disfruta de sus aguas tranquilas, el color de las aguas es oscura por la descomposición de la materia orgánica, se disfruta de una hermosa vista de la selva amazónica que lo rodea y de su variada flora como ceibos, chontillas, guayacanes, capironas, cedros, balsa, amarillo, canelo, arbusto uña de gato, etc y fauna en aves como el martin pescador amazónico, patos salvajes, garrapateros, pericos, loras amazónicas, garzas, pato aguja, gavilanes, etc otro tipo de fauna como la charapa, mono barizo, mono leoncillo y diferentes especies de peces, además se puede disfrutar de los diferentes sonidos producidos por la fauna existente mientras se recorre en la canoa.

15. ANEXOS SI NO S/I

a. Archivo Fotográfico (dos)



Fuente: [ANDRES RIVADENEIRA](#)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Maps		
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)		
ELABORADO POR:	VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre Nelson Andres Rivadeneira Perea	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución ESPOCH	Institución	Institución
Cargo ESTUDIANTE	Cargo	Cargo
Correo Electrónico nelsonandres94@hotmail.es	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono 996418442	Teléfono	Teléfono
Firma	Firma	Firma
Fecha 14/12/2017	Fecha	Fecha

ANEXO N° 4: Encuesta en español



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTA DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

PROYECTO DE CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD KICHWA PAÑACOCCHA, PARROQUIA PAÑACOCCHA, CANTÓN SHUSHUFINDI, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.

Estimado/a:

La presente encuesta tiene por objeto determinar los gustos y preferencias de los turistas para la creación de este producto en la comunidad.

Por favor sus respuestas deben ser realizadas con la mayor libertad, pues su opinión y sugerencias contribuirán para el desarrollo del turismo comunitario.

1. Género

a. Masculino

b. Femenino

2. Edad

a. 12- 25

b. 26-36

c. 37-45

d. 45- a más

3. Procedencia

a. ciudad:

4. Nivel de instrucción:

a. Primaria

b. Secundaria

c. Superior

d. Otros

5. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas en la comunidad Kichwa Pañacocha?

Si

No

6. ¿Qué actividad le gustaría realizar? (Elija una opción)

- a. Turismo Vivencial
- b. Ecoturismo
- c. Aviturismo
- d. Turismo de Naturaleza
- e. Turismo Cultural

7. ¿Cuál es el motivo / ocasión principal por el cual realiza sus viajes de turismo? (Elija una opción)

- a. Trabajo b. Estudios c. Feriado
- d. Vacaciones

8. ¿Usualmente Ud. ¿Con cuántas personas viaja? (Elija una opción)

- a. solo b. 2-4 c. 5 a más

8. ¿Cuánto dinero en dólares gasta diariamente en un tour turístico?

- a. 1-30 b. 31-60 c. 61-100
- d. 100 a más

8. ¿Cuántos días está dispuesto a pasar en tour turístico?

- a. 1 día b. 2-3 días c. 4 a más días

9. ¿Cuál es su forma de pago?

- a. Efectivo b. Tarjeta de crédito c. Cheque

10. ¿Medios de comunicación considera Ud. ¿Se debería hacer la Promoción Turística? (Elija una Opción)

- a. Prensa b. Revistas c. Internet
- d. Guías de viajes e. Amigos f. otros

¡GRACIAS!



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

CREATION OF A PROJECT OF AN EXPERIENTIAL TOURISM PRODUCT IN THE COMMUNITY KICHWA PAÑACOCCHA, PARRROQUIA PAÑACOCCHA, CANTÓN SHUSHUFINDI, SUCUMBÍOS PROVINCE.

The purpose of this survey is to determine the tastes and preferences of tourists for the creation of this product in the community.

Please your answers should be made with the greatest freedom, as your opinion and suggestions will contribute to the development of community tourism.

1. Gender

a. Male b. Female

2. Age

a. 12- 25 b. 26-36 c. 37-45
 d. 45- more

3. Origin

b. Country:.....

4. Study level:

a. Primary b. High School c. University
 d. Another.....

5. ¿Would you like to visit the community Pañacocha?

Yes Not

6. ¿If your previous answer was yes, indicate what type of activity would you like to do? (Choose an option)

- a. Experiential tourism
- b. Ecoturism
- c. Aviturismo
- d. Natur tourism
- e. Cultural tourism

7. ¿What is the purpose of your trip? (Choose an option)

- a. Work
- b. Estudios
- c. Holidays
- d. Vacations

8. ¿Generally with how many you travel? (Choose an option)

- a. Alone
- b. 2-4
- c. 4 - more

9. ¿How much money do you spend daily on a tourist tour?

- a. 1-30
- b. 31-60
- c. 61-100
- d. 100 - more

10. ¿For how many days do you plan your trip?

- a. 1 day
- b. 2-3 days
- c. 3 - more days

11. ¿What is your way to pay

- a. Cash
- b. credit card
- c. Check

12. ¿What type of media used for information? (Choose an option)

- a. Newspaper
- b. Magazines
- c. Internet
- d. Operator or agencies
- e. Friends
- f. Another

¡TANKS!