



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN LA COMUNIDAD CHUICHUN, CANTÓN EL TAMBO, PROVINCIA DE CAÑAR

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ECOTURISMO

AUTORA:

MARIA NUBE POMAVILLA CHIMBORAZO

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN LA COMUNIDAD CHUICHUN, CANTÓN EL TAMBO, PROVINCIA DE CAÑAR

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ECOTURISMO

AUTORA: MARIA NUBE POMAVILLA CHIMBORAZO

DIRECTORA: Ing. CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, María Nube Pomavilla Chimborazo

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

Yo, María Nube Pomavilla Chimborazo, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 30 de junio de 2022



María Nube Pomavilla Chimborazo

035001580-6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN LA COMUNIDAD CHUICHUN, CANTÓN EL TAMBO, PROVINCIA DE CAÑAR**, realizado por la señorita: **MARIA NUBE POMAVILLA CHIMBORAZO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández, Dr. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-06-30
Ing. Catalina Margarita Verdugo Bernal, MSc. DIRECTORA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-06-30
Ing. Carla Sofía Arguello Guadalupe, MSc. MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-06-30

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico especialmente a mi Dios todo poderoso por las buenas bendiciones, a mis queridos padres Segundo Pomavilla y Graciana Chimborazo por su apoyo infinito que me han brindado durante el trayecto de mi carrera para poder culminar este sueño anhelado, gracias por enseñarme todos valores y ser un ejemplo de vida, así también a mis hermanos Luis, Graciela, José, a mi cuñada Evelyn, sobrina Pauleth y demás familiares que siempre están presentes ante cualquier circunstancia que se presente, este logro no es solo mío sino es el esfuerzo de cada uno de ustedes, quienes con sus palabras motivadores supieron alentarme para poder terminar y llegar a ser un profesional.

Nube

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme con salud, fortaleza, sabiduría y fuerzas para poder culminar una de mis sueños y el de mis familiares. A mis padres por enseñarme a no rendirme, sino saber perseverar y conseguir hasta llegar triunfante a la meta propuesta. A mis profesores, especialmente a la Ing. Catalina Verdugo que tuvo paciencia durante todo el proceso de titulación, a la comunidad Chuichun y los socios del Proyecto Riego Bola Loma que cooperaron y participaron durante la elaboración de la tesis, a mis queridas amigas Jeaneth, Paola, Jessica, Edith, Karen, Delia por apoyarme a pesar de ser de otras provincias, tener costumbres y gustos logramos formar un gran equipo, a pesar de que vamos a tomar rumbos distintos podrán contar siempre con mi apoyo incondicional.

Nube

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLA	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1	DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	3
1.1	Antecedentes	3
1.2	Problema	4
1.3	Justificación	5
1.4	Objetivos	6
1.4.1	<i>Objetivo general</i>	6
1.4.2	<i>Objetivo específico</i>	6

CAPÍTULO I

2	REVISIÓN DE LA LITERATURA	7
2.1	Producto turístico	7
2.1.1	<i>Ciclo del producto turístico</i>	7
2.2	Turismo	7
2.2.1	<i>Turismo comunitario</i>	8
2.3	Paquetes turísticos	8
2.3.1	<i>Clasificación de paquetes turísticos</i>	9
2.3.2	<i>Elementos de un paquete turístico</i>	10
2.3.2.1	<i>Itinerario</i>	10
2.4	Diagnóstico situacional	11
2.4.1	<i>Ámbito físico espacial</i>	11
2.4.2	<i>Ámbito socio-cultural</i>	11

2.4.3	<i>Ámbito ecológico</i>	12
2.4.4	<i>Ámbito económico y productivo</i>	12
2.4.5	<i>Ámbito político y administrativo</i>	12
2.5	Estudio de mercado	12
2.5.1	<i>Oferta</i>	13
2.5.1.1	<i>Oferta turística</i>	13
2.5.2	<i>Demanda</i>	13
2.5.3	<i>Perfil del turista</i>	14
2.5.4	<i>Demanda potencial</i>	14
2.5.5	<i>Demanda satisfecha</i>	14
2.5.6	<i>Demanda insatisfecha</i>	14
2.5.7	<i>Factores que afectan a la demanda</i>	14
2.5.7.1	<i>El Precio del bien</i>	15
2.5.7.2	<i>Precio de los bienes relaciones</i>	15
2.6	Diseño técnico	15
2.6.1	<i>Paquetes turísticos</i>	15
2.6.1.1	<i>Componentes o elementos del paquete turísticos</i>	16
2.7	Estudio mercadotécnico	17
2.7.1	<i>Marketing mix</i>	18
2.1.1.1	<i>Cliente</i>	18
2.1.1.2	<i>Comunicación</i>	18
2.1.1.3	<i>Costo</i>	18
2.1.1.4	<i>Conveniencia</i>	18
2.8	Estudio organizativo	18
2.8.1	<i>Diseño de la estructura organizacional</i>	19
2.8.2	<i>Infraestructura para la administración</i>	19
2.9	Análisis económico	19
2.10	Análisis financiero	20
2.10.1	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	20

2.10.2	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	20
2.10.3	<i>Relación beneficio costo</i>	20
2.10.4	<i>Periodo de recuperación del capital</i>	21

CAPÍTULO III

3	METODOLOGÍA	22
---	--------------------------	----

CAPÍTULO IV

4	RESULTADO	32
4.1	Diagnóstico territorial de la comunidad.	32
4.1.1	<i>Ámbito físico – espacial</i>	32
4.1.1.1	<i>División política administrativa</i>	32
4.1.1.2	<i>Limites de la comunidad</i>	33
4.1.1.1	<i>Clima</i>	31
4.1.1.2	<i>Precipitación</i>	33
4.1.1.3	<i>Vías de acceso</i>	34
4.1.2	<i>Ámbito sociocultural</i>	34
4.1.2.1	<i>Etnicidad</i>	32
4.1.2.2	<i>Historia</i>	33
4.1.2.3	<i>Población por grupo de edad y sexo</i>	35
4.1.2.4	<i>Migración</i>	36
4.1.2.5	<i>Nivel de instrucción</i>	37
4.1.2.6	<i>Profesión u ocupación</i>	37
4.1.2.7	<i>Servicios básicos disponibles</i>	39
4.1.2.8	<i>Vivienda</i>	42
4.1.2.9	<i>Salud</i>	43
4.1.2.10	<i>Educación</i>	46
4.1.2.11	<i>Medios de transporte</i>	47
4.1.2.12	<i>Comunicación</i>	48

4.1.3	Ámbito ecológico	48
4.1.3.1	<i>Condiciones climáticas</i>	48
4.1.3.2	<i>Suelo</i>	46
4.1.3.3	<i>Uso actual del suelo</i>	49
4.1.3.4	<i>Descripción general de flora y fauna</i>	49
4.1.3.5	<i>Hidrología</i>	51
4.1.3.6	<i>Problemas ambientales</i>	51
4.1.4	Ámbito económico productivo	52
4.1.4.1	<i>Agropecuaria</i>	52
4.1.4.2	<i>Desarrollo actual del turismo en la zona</i>	52
4.1.4.3	<i>Participación o interés de la población en el desarrollo turístico</i>	52
4.1.5	Ámbito político administrativo	55
4.1.5.1	<i>Administración interna</i>	55
4.1.5.2	<i>Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico</i>	55
4.1.5.3	<i>Instituciones que trabajan en la zona</i>	56
4.2	Estudio del mercado	56
4.2.1	Análisis de oferta	56
4.2.1.1	<i>Análisis de la Oferta actual</i>	56
4.2.1.2	<i>Análisis Oferta complementaria</i>	59
4.2.1.3	<i>Análisis Oferta sustitutiva</i>	61
4.2.2	Análisis de demanda	61
4.2.2.1	<i>Universo de estudio</i>	61
4.2.2.2	<i>Análisis de la encuesta (demanda nacional)</i>	62
4.2.2.3	<i>Perfil de los turistas</i>	72
4.2.2.4	<i>Proyección de la demanda</i>	72
4.3	Estructuración de diseños de paquetes turísticos	75
4.3.1	Producto	75
4.3.2	Elaboración de paquetes turísticos	76
4.3.2.1	<i>Objetivo de las rutas</i>	76

4.3.2.2	<i>Potencialidades de las rutas</i>	76
4.3.2.3	<i>Estructuración técnica de los paquetes</i>	77
4.3.2.4	<i>Determinación del costo de los paquetes elaborados</i>	85
4.4	Plan de promoción y comercialización	87
4.4.1	Marketing mix	87
4.4.1.1	<i>Consumidor</i>	87
4.4.1.2	<i>Costo</i>	83
4.4.1.3	<i>Conveniencia</i>	92
4.4.1.4	<i>Comunicación</i>	92
4.5	Estudio legal-organizativo y administrativo	95
4.5.1	Análisis legal-organizativo	95
4.5.1.1	<i>Constitución de la República del Ecuador</i>	95
4.5.1.2	<i>Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria</i>	96
4.5.1.3	<i>Reglamento a Ley Orgánica Económica Popular y Solidaria</i>	96
4.5.1.4	<i>Ley de Turismo</i>	97
4.5.1.5	<i>Reglamentos del turismo comunitario</i>	98
4.5.2	Estudio administrativo	99
4.5.2.1	<i>Planificación estratégica de las rutas</i>	99
4.5.2.2	<i>Manual de funciones</i>	102
4.6	Estudio económico financiero	110
4.6.1	<i>Área comercial</i>	110
4.6.2	<i>Área productiva</i>	111
4.6.3	<i>Área administrativa</i>	112
4.6.4	<i>Inversiones</i>	114
4.6.5	<i>Fuentes de funcionamiento</i>	114
4.6.6	<i>Amortización</i>	115
4.6.7	<i>Depreciación de activos fijos</i>	117
4.6.8	<i>Estructura de costos y gastos</i>	117
4.6.9	<i>Ingresos</i>	118

4.6.10	<i>Resultados</i>	118
4.6.11	<i>Flujo de caja</i>	118
	CONCLUSIÓN	120
	RECOMENDACIÓN	122
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXO	

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1-3:	Método de 5 estrellas	23
Tabla 2-3:	Datos de turistas nacionales del año 2019 hasta 2020.....	26
Tabla 3-3:	Elementos para la formación de misión y visión.....	29
Tabla 4-4:	Juntas de agua para el consumo humano	40
Tabla 5-4:	Instituciones educativas de la comunidad	46
Tabla 6-4:	Lista de buses para la movilización de la comunidad.....	47
Tabla 7-4:	Inventario de animales domésticos	49
Tabla 8-4:	Inventario de animales silvestres.....	50
Tabla 9-4:	Inventario de flora.....	50
Tabla 10-4:	Socios de proyecto riego Bola Loma	53
Tabla 11-4:	Resumen del inventario de atractivos naturales y culturales	57
Tabla 12-4:	Establecimientos complementarios del cantón El Tambo - Alojamiento	59
Tabla 13-4:	Establecimientos complementarios del cantón El Tambo - Alimentación.....	60
Tabla 14-4:	Establecimientos complementarios del cantón El Tambo - Transporte.....	60
Tabla 15-4:	Establecimiento complementario del cantón El Tambo - Operadora	60
Tabla 16-4:	Guía complementario del cantón El Tambo	60
Tabla 17-4:	Análisis de competidores	61
Tabla 18-4:	Determinación de la demanda actual	73
Tabla 19-4:	Cálculo de la demanda potencial.....	73
Tabla 20-4:	Cálculo de demanda insatisfecha	74
Tabla 21-4:	Cálculo de la demanda insatisfecha	74
Tabla 22-4:	Cálculo de la demanda objetiva	74
Tabla 23-4:	Cálculo de la demanda objetiva	75
Tabla 24-4:	Demanda objetiva proyectada en tiempo	75
Tabla 25-4:	Costo del paquete N°1 “Ishka Yaku”	85
Tabla 26-4:	Costo del paquete N°2 “Bola Loma”.....	86
Tabla 27-4:	Matriz de elementos de la marca del territorio.	88
Tabla 28-4:	Resumen de los costos del paquete	91
Tabla 29-4:	Resumen de promoción y publicidad	92
Tabla 30-4:	Requisitos para la creación de una CTC	98
Tabla 31-4:	Requerimiento para el área comercial	110
Tabla 32-4:	Requerimiento para el área comercial	111
Tabla 33-4:	Requerimiento para el área administrativa	112
Tabla 34-4:	Inversiones.....	114
Tabla 35-4:	Fuentes de funcionamiento	114

Tabla 36-4:	Cálculo de la deuda.....	115
Tabla 37-4:	Amortización	115
Tabla 38-4:	Drepreciacion de activos fijos	117
Tabla 39-4:	Estructuración de costos y gastos.....	117
Tabla 40-4:	Ingresos de los dos paquetes diseñados.....	118
Tabla 41-4:	Estados de resultados	118
Tabla 42-4:	Flujo de caja.....	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2:	Ciclo de un proyecto turístico.....	7
Figura 2-2:	Clasificación de los paquetes turísticos	10
Figura 3-3:	Estructura del sistema turístico.....	25
Figura 4-4:	Mapa de ubicación geográfica de la comunidad Chuichun.....	33
Figura 5-4:	Organización Administrativa de los sectores de la comunidad	55
Figura 10-4:	Logo de la comunidad	88
Figura 11-4:	Creación de la cuenta en Facebook	93
Figura 12-4:	Modelo de la guía turística	94
Figura 13-4:	Organización estructural.....	100
Figura 14-4:	Organigrama funcional.....	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Población según auto identificación étnica en la comunidad Chuichun	35
Gráfico 2-4:	Pirámide poblacional con rango de edades Género	36
Gráfico 3-4:	Migración fuera y dentro del país	36
Gráfico 4-4:	Población analfabetas y alfabetos	37
Gráfico 5-4:	Ocupación de la población de la comunidad	38
Gráfico 6-4:	Principal ocupación de la comunidad Chuichun	38
Gráfico 7-4:	Abastecimiento de agua	41
Gráfico 8-4:	Servicio de la luz eléctrica	41
Gráfico 9-4:	Servicio de internet	42
Gráfico 10-4:	Tratamiento de aguas residuales	42
Gráfico 11-4:	Eliminación de basura.....	43
Gráfico 12-4:	Tratamiento de residuos caseros	43
Gráfico 13-4:	Tipo de vivienda	44
Gráfico 14-4:	Ocupación de la vivienda.....	44
Gráfico 15-4:	Enfermedades comunes	45
Gráfico 16-4:	Lugares que acuden para la atención médica presión.....	45
Gráfico 17-4:	Tipos de telecomunicaciones	48
Gráfico 18-4:	Tipos de artesanía	54
Gráfico 19-4:	Turistas nacionales por provincias	62
Gráfico 20-4:	Género de los turistas.....	63
Gráfico 21-4:	Estado civil de los turistas.....	63
Gráfico 22-4:	Rango de edades de los turistas.....	64
Gráfico 23-4:	Nivel de educación de los turistas	64
Gráfico 24-4:	Tipos de ocupación de los turistas	65
Gráfico 25-4:	Ingresos económicos mensuales	65
Gráfico 26-4:	Motivación de viaje de los turistas.....	66
Gráfico 27-4:	Medios de información de los atractivos.....	66
Gráfico 28-4:	Aceptación de los turistas en conocer lugares turísticos de la provincia Cañar	67
Gráfico 29-4:	Modalidades de turismo preferidos por los turistas	67
Gráfico 30-4:	Aceptación de los turistas en conocer la comunidad	68
Gráfico 31-4:	Preferencia de actividades turísticas de los turistas	69
Gráfico 32-4:	Servicios requeridos para el diseño de paquetes	69
Gráfico 33-4:	Compañía de viaje del turista.....	70
Gráfico 34-4:	Tiempo de estadía en la comunidad	71
Gráfico 35-4:	Disponibilidad de dinero para pago de los paquetes turísticos	71

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** MODELO DE LA BOLETA CENSAL PARA EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD
- ANEXO B:** MODELO DE ENCUESTA PARA ESTUDIO DE MERCADO
- ANEXO C:** FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS
- ANEXO D:** FICHAS DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL (INPC)
- ANEXO E:** FOTOGRAFÍAS DE TALLERES PARTICIPATIVOS CON LA COMUNIDAD
- ANEXO F:** FOTOGRAFÍAS DE LAS COSTUMBRES DE LA COMUNIDAD
- ANEXO G:** SOCIOS DEL PROYECTO RIEGO BOLA LOMA
- ANEXO H:** FOTOGRAFÍAS SALIDA DE CAMPO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se propuso, diseñar paquetes turísticos en la comunidad Chuichun, cantón El Tambo, provincia de Cañar. El diseño de los paquetes se contempla en seis objetivos: primero, el diagnóstico del territorio se procedió realizar una encuesta a la población y los resultados obtenidos se trabajaron en base a la metodología de cinco estrellas. Segunda, el estudio de oferta y demanda, se realizó mediante la técnica del fichaje utilizando las fichas del Ministerio de Turismo (MINTUR) e Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (INPC) donde se identificó 17 atractivos, de los cuales 7 son naturales y 11 pertenecen a las manifestaciones culturales de jerarquía I, además se trabajó con la demanda del Complejo Arqueológico Ingapirca del año 2020, donde se obtuvo la muestra poblacional de un total de 379 encuestas al segmento nacional con la finalidad de determinar el perfil de los turistas. Tercera, en base al análisis del territorio, inventario de atractivos y análisis de la demanda se diseñaron dos paquetes turísticos “Ruta Iskay Yaku” y “Ruta Bola Loma” con todos los servicios y actividades requeridos por los turistas. Cuarta, para captar la atención de los clientes se planteó un plan de mercadotecnia bajo el marketing mix las 4C planteando distintas estrategias de promoción y comercialización. Quinta, el estudio legal-organizativo y administrativo se trabajó bajo el marco legal con leyes y reglamentos del Ecuador, los sectores administrativos y operativos están determinados por áreas con sus respectivas funciones. Finalmente, el estudio financiero económico indica que la TIR corresponde al 46%, un VAN \$ 219.433,99 y relación de benéfico y costo \$ 2,21. En conclusión la comunidad cuenta con un potencial turístico y el proyecto es factible. Se recomienda ejecutar el proyecto para impulsar la elaboración de estudios que aporten a la planificación y desarrollo del turismo comunitario en la comunidad.

Palabras clave: <DISEÑO DE PAQUETES>, <PRODUCTO TURÍSTICO>, <PAQUETES TURÍSTICOS>, <POTENCIAL TURÍSTICO>, <TURISMO COMUNITARIO>



1627-DBRA-UPT-2022

SUMMARY

The present research work aimed to design tourist packages in the Chuichun community, El Tambo canton, Cañar province. The design of the packages is contemplated in six objectives: first, the diagnosis of the territory was made by surveying the population, and the results obtained were worked based on a five-star methodology. Second, the study of supply and demand was carried out through the technique using files from the Ministry of Tourism (MINTUR) and National Institute of Cultural Heritage (INPC) where 17 attractions were identified, of which 7 are natural and 11 belong to the cultural events of hierarchy I, also worked with the demand of Ingapirca Archaeological^{9*} Complex from the year 2020, where the population sample was obtained from a total of 379 surveys to the national segment to determine the profile of tourist. Third, based on the territory analysis, attractions inventory, and demand analysis, two packages were designed “Iskay Yaku” and “Bola Loma” tails, with all the services and activities required by tourist. Fourth, to capture the attention of clients, a marketing plan was developed using the 4Cs marketing mix with different promotion and commercialization strategies. Fifth, the legal-organizational and administrative study worked under the legal framework of the laws and regulations of Ecuador. In addition, the administrative and operational sectors are determined by areas with their respective functions. Finally, the financial-economic study indicates that the IRR corresponds to 46%, an NPV of \$219,433.99, and a ratio of profit and cost of \$2.21. To sum up, the community has tourism potential and the project is feasible, so it is recommended to implement the project to promote the development of studies that contribute to the planning and development of community tourism.

Keywords: < PACKAGE DESIGN >, < TOURISTIC PRODUCT >, < TOURISTIC ATTRACTIONS>, < TOURISTIC POTENTIAL>, < COMMUNITY TOURISM>.



Msc. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLES TURISMO
0604237172

INTRODUCCIÓN

En Ecuador existe la Federación de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), la cual indica que el turismo comunitario, 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, derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados (Muirragui et al, 2016. p:1).

Cañar a partir del año 2001, que fue declarada Capital Arqueológica y Cultura (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural del Catón Cañar [GADICC, 2021: p.5]). Oferta nuevos destinos turísticos con la finalidad de promover el turismo receptivo mediante el contacto directo con la cultura Cañari, donde se implementaron nuevas alternativas de turismo, entre ellos el turismo comunitario. El crecimiento del TC en los últimos años se debe al interés de la demanda en participar en experiencias vivenciales y culturales. Ecuador por ser un país multicultural y con una gran diversidad ecológica, posee potencial para este tipo de turismo.

Según Ortiz (2018), en el año 2007 el Gobierno Provincial de Cañar conjuntamente con otras organizaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales como GADc Cañar, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Secretaria Nacional de Migrante (SENAMI), Ministerio de Turismo Regional Austro y con el apoyo de la FEPTCE impulsan al desarrollo de turismo comunitario con la finalidad de crear fuentes de empleo e ingresos económicos en zonas rurales, integrando las actividades agropecuarias de la provincia y reactivando los procesos artesanales de las manifestaciones culturales Cañaris, este proyecto tuvo buena acogida ya que se establecieron lineamientos para las operaciones del turismo comunitario, donde se capacitaron a los representantes de instituciones públicas de la provincia en temas de gestión de turismo comunitario, la misma que permitió elaborar un inventario del potencial turístico comunitario de Cañar (Arévalo y Romero 2018: p.52).

En este contexto, se entiende por TC, un tipo de turismo que se desarrolla en zonas rurales, en las poblaciones locales, especialmente en pueblos indígenas y familias campesinas, mediante sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, donde ejercen un papel importante teniendo un protagonismo que corresponde en su desarrollo, operación, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios, además el TC no busca sustituir las actividades agropecuarias tradicionales (ganadería, agricultura, pesca, producción artesanal, etc.) más bien trata de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades rurales fortaleciendo

las prácticas democráticas, participación y cooperación entre los habitantes de la comunidad y complementar así la economía de las familias campesinas.

Chuichun es la población más extensa después del cantón El Tambo, se encuentra a una altura de 2.750 msnm, con un clima frío de 10 a 20°C y con una extensión de 1.256, 99 ha, donde habitan aproximadamente 557 familias, la mayor parte de los habitantes se dedican a la ganadería, la agricultura y elaboración de artesanías. Según Venancio presidente del sector Bola Loma, manifiesta que desde hace 5 años atrás tratan de impulsar el turismo en la zona a través del turismo comunitario, pero hasta la actualidad no han podido desarrollar. Sin embargo, un grupo de socios del Proyecto Riego Bola Loma (Tabla 10-4) toman la iniciativa para ejercer el turismo, siendo los pioneros en la participación de la estructuración de los paquetes.

El objetivo principal del presente proyecto, mediante la estructuración de paquetes busca incentivar e involucrar a la comunidad en nuevas actividades productivas de manera sustentable, porque existe un gran potencial para ejercer el turismo en la zona, con la finalidad de dar a conocer sus principales atractivos naturales y culturales a nivel local y nacional.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

El paquete turístico, en cualquiera de sus tipologías, es un producto elaborado íntegramente por las operadoras, su aparición en el mercado está íntimamente ligada a las primeras agencias de viajes (CHAN, 2005 p. 60). La primera agencia de viajes fue del británico Thomas Cook (1808) considerado padre de las agencias de viajes, y, por ende, de la actividad turística, intento reincorporar a las personas con adicción al alcohol, donde realizó el primer viaje en tren en el año de 1841, en la cual se trasladó a 540 personas desde Leicester hasta de Harborugn (Parra, 2013). Al principio las personas no querían realizar el viaje ya que no tenía mucho existo, sin embargo Thomas plantío estrategias como dar regalos a los que acudieran, como, por ejemplo, viajes gratis por la ciudad (Parra, 2013). Pero más tarde se dio cuenta que tuvo un gran potencial, organizar viajes para otras personas donde se tuvo una buena acogida logrando que otras empresas comenzaran a copiar su idea por todo el mundo e incluso llego hasta el continente americano (Herrero, 2019 p. 11).

En el siglo XVII nace por primera vez en la literatura de viajes el término Grand Tour para señalar a los viajes como larga duración, las cuales fueron destinados para jóvenes aristocráticos (británico, francés e italiano), realizó estos viajes frecuentemente en Italia Richards (1670). A partir de ello los viajes se extienden de forma que empiezan a tipificar los itinerarios y aparecen otros destinos, posteriormente surge el Petit Tour con precios más accesibles en países como París y Bruselas las cuales podrían considerarse como el primer paquete turístico (Molina, 2016, p. 27).

Las empresas de intermediación turística se han convertido en un nexos fundamental entre los turistas y los destinos a los que se desean viajar, actualmente el sector turístico es uno de los elementos fundamentales de la economía mundial y parte de esa importancia se debe a las agencias de viajes y a los tour operadores, además con los años, han ajustado cada vez más la oferta a la demanda, adaptando los gustos del cliente a través de productos turísticos, experiencias y productos complementarios (Escuela de Turismo de los Pioneros [EPT, 2019]).

Según el Ministerio de Turismo en el catastro de establecimientos turísticos del año 2021 se ha registrado que a nivel nacional existen 2.323 mil agencias de servicios turísticos en las distintas provincias del Ecuador, de las cuales las provincias con mayor porcentaje son de Pichincha 827, Guayas con 344 y Galápagos con 242 agencias, (Ministerio de Turismo [MINTUR, 2018]).

El turismo comunitario se convierte en un campo de desarrollo social, económico y cultural, es la actividad de la comunidad desde un punto de vista intercultural, el manejo adecuado de los recursos naturales y culturales, la relación entre la comunidad y sus visitantes, este tipo de turismo es de suma importancia que se debe ser realizada en la comunidad Chuichun, cantón El Tambo, provincia de Cañar.

1.2 Problema

El turismo comunitario, como manifiesta Cañada (2012), es un tipo de turismo en el que la población rural principalmente pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus diversas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios.

Dentro de estos contextos, en la comunidad Chuichun ubicada en la provincia de Cañar, cantón El Tambo, existen atractivos que pueden ser aprovechados para realizar el turismo. Ya que, en la actualidad tiene un enorme potencial turístico que ayudaría a generar economía, mejorar las condiciones de vida, reducir pobreza, proteger y cuidar el medio ambiente, donde podrán conocer la diversidad natural y cultural que posee la comunidad, además hoy en día la demanda busca tener contacto directo con la naturaleza.

A causa de la inexistencia de un producto consolidado, disminuyen el interés y la duda en visitar la comunidad, ya que los atractivos se encuentran en total abandono y la falta de interés por parte de los pobladores han provocado el deterioro de los mismos, perdiendo la posibilidad que los turistas puedan disfrutar del sitio y su entorno, además de ello poder interactuar con la comunidad y formar parte de su cultura.

Se destaca por otra parte, la ausencia de organizaciones u instituciones públicas y falta de recursos económicos para invertir en la construcción, remodelación y mantenimiento de los atractivos y de los servicios básicos son unas de las causas que no ha permitido la promoción y comercialización de los servicios por ende no existen resultados favorables para la comunidad, por el contrario, existe la desvalorización de los atractivos, descuido y la poca gestión.

1.3 Justificación

Por el desconocimiento sobre el turismo y la inexistencia de un producto con los atractivos naturales y culturales, la desvalorización de los mismos por parte de los pobladores de la comunidad, han obstaculizado el desempeño del turismo. Los socios de Proyecto Riego Bola Loma se han interesados en desarrollar el turismo, mientras que los otros sectores no muestran interés por el turismo, por esta razón los socios del sector comenzaron a realizar gestiones al GAD cantonal, para poder dar vida al turismo. Por lo que, los pobladores han tomado nuevas alternativas para dar a conocer a la comunidad como un destino turístico, mediante la implementación de actividades y servicios turísticos.

A pesar de la implementación de las actividades y servicios, la falta de un diseño técnico de paquetes turísticos ligados a nivel comunitario no permite reconocer las atracciones existentes que tiene la comunidad, ya que la concentración de la demanda es en Complejo Arqueológico Ingapirca (sitio arqueológico precolombino, donde reposan el conjunto arquitectónico inca), esta condición de cierta manera no permite vincular la oferta turística natural y cultural de la comunidad.

Por otra parte, está claro que el poco interés por parte de las organizaciones y los mismos pobladores no existen paquetes turísticos elaborados, que a través del mismo se puede generar propuestas interesantes, llamativas que motiven a los turistas conocer y poder participar de la cultura y naturaleza del entorno.

Por esta razón, se ha visto la necesidad de estructurar paquetes técnicos, donde se incluirá una oferta turística con actividades y servicios que satisfagan las exigencias de los turistas de la misma manera involucrar a la población local, mediante lo cual permitirá el fortalecimiento económico, sociocultural y ambiental de la comunidad, logrando la disminución de la migración, destrucción del medio ambiente, el desempleo, entre otros factores negativos que se presenten en la comunidad, logrando construir el buen vivir, y que no quede en solo enigma para la comunidad sino una realidad de estos.

A partir de la implementación de los paquetes turísticos, se beneficiarían económicamente de forma directa e indirectamente los sectores que conforma la comunidad. La necesidad de crear los paquetes donde se pueda conjugar los atractivos tanto naturales como culturales enfocándonos a un determinado segmento de mercado, es fundamental ya que se involucra a los visitantes a conocer, respetar y conservar los dos tipos de atractivos. Puesto que la propuesta

pretende valorizar y potencializar los atractivos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Diseñar paquetes turísticos en la comunidad Chuichun, cantón El Tambo, provincia de Cañar.

1.4.2 Objetivo específico

- Realizar el diagnóstico territorial de la comunidad.
- Elaborar el estudio del mercado.
- Construir el diseño técnico de los paquetes turísticos.
- Estructurar el plan de promoción y comercialización turística.
- Realizar un estudio legal-organizativo y administrativo.
- Desarrollar el análisis económico financiero.

CAPITULO II

2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Producto turístico

Un producto turístico es la consolidación de bienes y servicios que son ofertados a los turistas para cubrir sus necesidades. De acuerdo con Cárdenas y Tabares (1986) citado en (Guzmán et al. 2012) un producto turístico “está conformado por un conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en una forma individual o en una gama amplia de combinaciones resultantes de las necesidades”.

2.1.1 Ciclo del producto turístico

Un producto turístico tiene que atravesar distintos procesos para poder consolidarse en el mercado. Las etapas se presentan a continuación:



Figura 1-2. Ciclo de un proyecto turístico

Fuente: (Guzmán et al. 2012)

2.2 Turismo

El turismo es una de las actividades más importantes a nivel mundial, considera y prioriza múltiples grupos culturales conectando diferentes destinos, además es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países y sitios diferentes al entorno cotidiano de las personas por motivos de ocio , negocio y recreación (World Tourism Organization [UNWTO], s.f).

Por otro lado para el (Ministerio de Turismo [MINTUR, 2019]) define que el turismo viene a constituir “un importante motor de la economía mundial que da lugar a múltiples encadenamientos productivos generadores de empleo, a través del cual es posible mejorar la calidad de vida de la población”. En este contexto para el Ecuador la actividad turística se presenta como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón.

2.2.1 Turismo comunitario

El turismo comunitario aparece con la finalidad de salvar la desigualdad social y económica que poseen las comunidades rurales, por lo que busca generar nuevos ingresos como un sustento económico para sus familias y de esta forma mejorar la calidad de vida.

De acuerdo al MINTUR (2010) define al turismo comunitario como:

Un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística.

El turismo comunitario es un tipo de turismo alternativo que tiene como línea principal incorporarse a través de la comunidad anfitriona los servicios turísticos como: alojamiento, alimentación, transporte, operación, organización de eventos y demás que son de oferta complementaria. Para el desarrollo de la práctica sostenible, las comunidades anfitrionas necesitan crear destrezas y conocimientos de ámbito socio político, que les dé la oportunidad de valorizar su entorno, trabajar y tomar acciones juntos, establecer vínculos con distintos sectores, y con el resto del mundo (Bravo y Zambrano 2018).

La implementación del turismo comunitario en diferentes localidades del país es una alternativa para la conservación de los recursos naturales ya que muchos de estos están ubicados cerca de las comunidades rurales. De acuerdo con la (Federación Plurinacional De Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]) las actividades de turismo comunitario se desarrollan aproximadamente en 130 comunidades del país.

2.3 Paquetes turísticos

De acuerdo con Chan Nélida (1994) citado en Durazno (2009) menciona que un paquete turístico es un conjunto complejo de prestaciones de servicios para su planificación y operación, por lo tanto es

necesario la utilización de técnicas modernas como la negociación, el desarrollo de nuevas e innovadoras ideas, y el análisis de potencialidad de nuevos destinos y atractivos entre muchas otras actividades.

Un paquete turístico puede englobar varias actividades complementarias para la satisfacción del cliente, algunas de estas son alojamiento, transporte, alimentación recreación, visitas guiadas, lugares de diversión entre otras. El precio de las actividades puede ser global o individual. (Durazno, 2009).

2.3.1 Clasificación de paquetes turísticos

Para la clasificación de todo paquete turístico es necesario tener en cuenta ciertos criterios como los que se presentan a continuación (Entorno Turístico, 2021).

- La organización de la prestación
- La modalidad del viaje
- La temática
- El programa
- La forma de operación
- Los usuarios del producto

Según Hernandez (2016) la clasificación de los paquetes turísticos puede estar constituida de la siguiente manera:

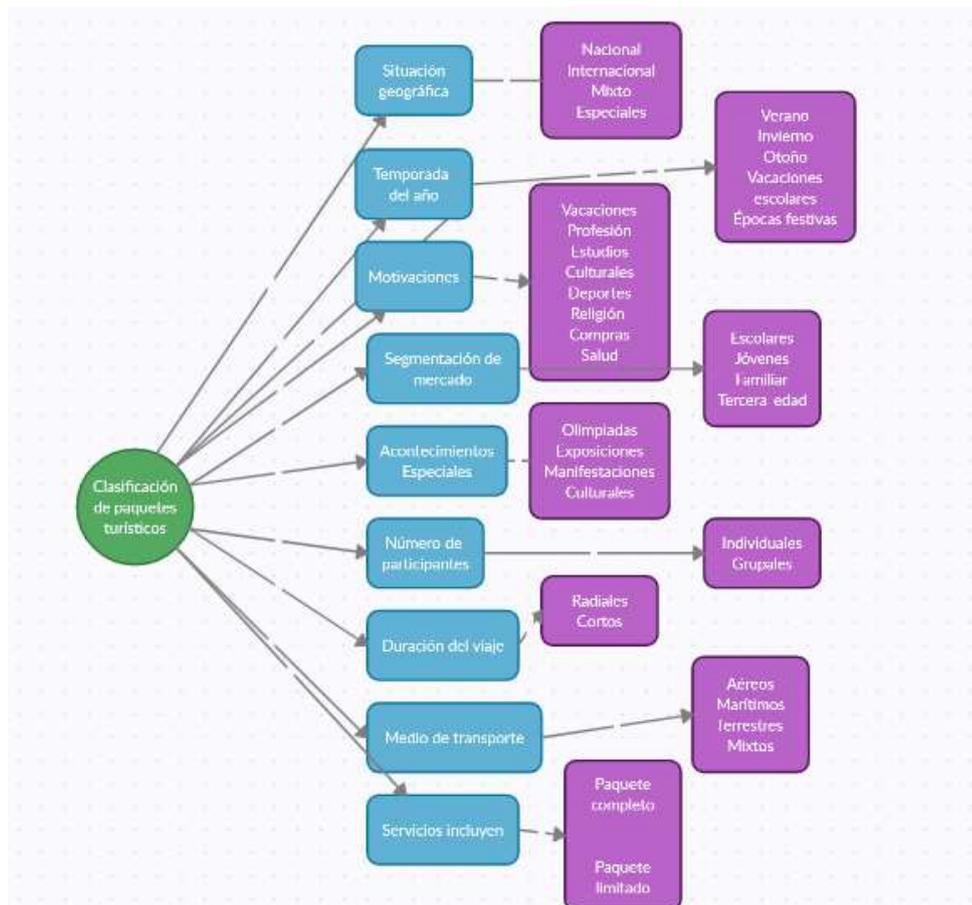


Figura 2-2. Clasificación de los paquetes turísticos

Fuente: Adaptado de Hernandez (2016)

2.3.2 Elementos de un paquete turístico

De acuerdo con Lloncop (2008) un paquete turístico está constituido por lo siguiente elementos:

- Traslados
- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación
- Excursiones

2.3.2.1 Itinerario

El itinerario turístico facilita al visitante conocer las actividades y tiempos que emplearan durante su estadía, por lo tanto “es una descripción detallada de las actividades que se llevaran a cabo durante un viaje, incluye los horarios. Es común que tanto el viajero como el prestador de servicios turísticos tengan una copia” (Entorno Turístico, 2016).

2.4 Diagnóstico situacional

Antes de que se realice la ejecución de cualquier tipo de intervención en un determinado territorio, es necesario conocer su realidad para que las diferentes estrategias, políticas y acciones que se vayan a implementar tengan el fin de ayudar al mejoramiento de los elementos que sean preferentes del territorio (Salazar et al., 2020: p.357).

El conocimiento de la realidad del territorio es conocido mediante el diagnóstico situacional. Es un procedimiento técnico, planificado y sistemático que facilita la identificación, descripción y evaluación de una empresa, territorio, comunidad, entre muchas otras, en un momento específico. Al realizar el siguiente procedimiento se podrá evidenciar notoriamente los cambios positivos o negativos de los diferentes proyectos a futuro que han sido implementados en el territorio (Salazar et al., 2020: p.357).

2.4.1 *Ámbito físico espacial*

El ámbito biofísico analiza el área de estudio (Salazar et al., 2020: p.357) sobre el cual se asienta la población y sus actividades diarias que se realizan. En este ámbito se toman en cuenta diferentes sub-ámbitos como:

Uso y cobertura del suelo.

- Recursos naturales renovables y no renovables con valor económico, energético, ambiental.
- Recursos naturales degradados y sus causas.
- Impactos y niveles de contaminación.
- Ecosistemas frágiles y prioridades de conservación.
- Proporción y superficie de territorio continental bajo conservación o manejo ambiental.
- Potencialidades para servicios ambientales.
- Información climática, geomorfológica, geológica, edafológica, amenazas o peligros.

2.4.2 *Ámbito socio-cultural*

El ámbito socio-cultural es también conocido como “la estructura que construye a una población en una región determinada, dicha estructura está compuesta por factores como la densidad de la población, sus características, composición, movimientos migratorios y demás factores que involucran el desarrollo de una sociedad en general” (RecursodeAutoayuda, 2020).

2.4.3 *Ámbito ecológico*

“En el ámbito ecológico, significa el reconocimiento de la existencia de ecosistemas estratégicos (conservación, restauración, biodiversidad) de cuya reproducción dependen la vida humana y los sistemas naturales” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL, 2019]). Con este análisis se puede determinar cuáles son las condiciones reales y las posibles amenazas. Finalmente, con estos resultados tomar las decisiones adecuadas.

2.4.4 *Ámbito económico y productivo*

El ámbito económico es útil para poder conocer cuáles son las principales actividades económicas que tienen un determinado territorio (Salazar et al., 2020: p.357). Entre los principales criterios que se analizan están los siguientes.

- Estructura productiva: Valor Agregado Bruto (VAB) por rama de actividad económica.
- Relación entre sectores económicos.
- Principales actividades productivas del territorio.
- Sistema financiero, recaudación de impuestos SRI y GAD

2.4.5 *Ámbito político y administrativo*

El análisis del ámbito político administrativo es importante ya que toma en cuenta a todos los actores directos e indirectos que participan en la toma de decisiones en diferentes proyectos participativos o de desarrollo de un determinado territorio. Se determina el grado de participación y los aportes que realiza al territorio.

2.5 Estudio de mercado

El estudio de mercado de un proyecto permite conocer a preferencia de los posibles clientes potenciales previo a la ejecución y de este modo garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrenta al realizar sus operaciones. Para su análisis es importante tomar en cuenta todos los agentes que, con su intervención, tienen o tendrán algún grado de dominio sobre las decisiones que precisarán la estrategia comercial de la empresa. Y por consiguiente sobre la estructura de costos y beneficios del proyecto (Córdova y Sandoval, 2002).

2.5.1 Oferta

2.5.1.1 Oferta turística

La oferta turística es entendida como el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico, los objetivos que persigue son permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos del sitio, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para que puedan ser usado o consumido por los turistas (InterMark, 2013).

- **Características de la oferta**

De acuerdo con el Ministerio de Industria, Energía & Turismo (2011) citado en (Oñate, 2019) las características de la oferta son:

- La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- Los recursos turísticos con atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

2.5.2 Demanda

La demanda se expresa mediante la cantidad de bienes y servicios de los cuales el mercado global puede estar influenciado por un gran número de factores que ayudan a determinar la cantidad del producto demandado. Varios de estos factores son de preferencia del consumidor mediante sus hábitos, la información que tenga el producto o servicio por el cual esté interesado, el tipo de bien o servicio, y la accesibilidad a la compra. En otras palabras, es la capacidad económica del consumidor para la adquisición de un bien o servicio. Es importante mencionar que estos factores no son estáticos, y pueden cambiar a través del tiempo o en un momento determinado (CORSINI et al., 1964).

2.5.3 Perfil del turista

Desde una perspectiva complementaria poder determinar el perfil del turista es algo fundamental, pero en algunos casos no siempre es posible mantener un contacto personalizado con el turista, de tal manera que se propone definir ciertas variables que se deben de tomar en consideración con el propósito de conocer las expectativas del cliente y de esa manera averiguar su perfil para satisfacer sus necesidades al momento de recomendar un viaje turístico (INVAT-TUR, 2016).

2.5.4 Demanda potencial

La demanda potencial se trata estrictamente acerca del tamaño total del mercado para un producto o servicio en particular, es decir representa un límite máximo del mercado, por lo general estos parámetros de tamaño se miden por el valor de ventas o el volumen de ventas en un determinado mercado antes de que el producto o servicio alcance la saturación de este (Helmut, 2019).

2.5.5 Demanda satisfecha

La demanda satisfecha se representa cuando al menos la oferta llega alcanzar la magnitud de la demandad del producto o servicio, el cual para Pantaleón (2016) se refiere que en el sistema del mercado se encuentra diversas variedades de un producto o servicio determinado, y se puede notar diferentes características y tipos del mismo.

2.5.6 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta por el mercado, en ese contexto para Pantaleón (2016b) menciona que esto sucede cuando el tipo de demanda aparece cuando existe una gran necesidad del mismo pero, no tiene mucha disponibilidad en el mercado.

2.5.7 Factores que afectan a la demanda

De acuerdo con Jiménez (2021) menciona que la demanda se puede sentir afectada y condicionada por una serie de factores como: el precio del bien o servicio, el precio de los bienes relacionados, la renta disponible y los gustos o preferencias de los demandantes.

2.5.7.1 El Precio del bien

Nos indica que entre más caro sea un producto menor será la demanda, por lo que entre más barato sea la demandad será mayor el precio del producto y por ende la cantidad de los consumidores aumentan por la preferencia de adquirir el producto (Jiménez, 2021).

2.5.7.2 Precio de los bienes relaciones

El precio de los bienes relacionados se distingue por 2 tipos de bienes

- **Bienes complementarios**

Estos bienes se consumen conjuntamente, es decir, no es posible consumir uno sin consumir el otro, esto también ocasiona que, al aumentar el precio de alguno de estos bienes, disminuye la demanda del mismo, pero también disminuye la demanda del bien complementario (Jiménez, 2021).

- **Bienes sustitutos**

Son aquellos que cuyo consumo es excluyente entre sí, por lo tanto, al momento de consumir uno implica no consumir el otro debido a que ambos satisfacen la misma necesidad dentro del mercado. Además, al aumentar el precio de uno de estos bienes disminuye la demanda, pero aumenta la demanda de su bien sustitutivo (Jiménez, 2021).

2.6 Diseño técnico

Es la estructura funcional del recorrido técnico en el proceso de operación y ejecución de un proyecto.

2.6.1 Paquetes turísticos

El paquete turístico de acuerdo con el pensamiento de López y Banda (2012); citados en Mendoza, 2015.,p:18) se considera que lo ideal será resumirlo de las siguiente manera: Paquete Turístico es aquella combinación realizada por uno o más elementos como ser: transporte, alojamiento, servicios turísticos y/o actividades, que, unidos en un conjunto se ofrecen en el mercado a la venta, con arreglo en un precio global en un tiempo y lugar determinado.

2.6.1.1 Componentes o elementos del paquete turísticos

Se pueden resumir de la siguiente manera:

- **Nombre del paquete turísticos**
- **Diseño del circuito**

El circuito se determina con un recorrido turístico con regreso al punto de partida, pero sin pasar dos veces por el mismo lugar (López y Banda, 2012; citados en Mendoza, 2015. p:18).

- **Itinerario**

De acuerdo con López y Banda (2012); citados en Mendoza, (2015. p:18) Para Mendoza (2015) menciona que un itinerario comprende la descripción de un camino o una ruta, especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios. Además, es la dirección y descripción de un camino o recorrido que incluye promociones a lugares, paradas y observaciones.

- **Servicios turísticos**

Se define como:

El conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística (López y Banda, 2012; citados en Mendoza, 2015. p:18).

- **Duración y vigencia**

“En la duración del paquete turístico, normalmente se indican el número de días y noches, desde la salida, por ejemplo: 4días/3noches y la vigencia incluye la fecha límite de validez de la promoción” (López y Banda, 2012; citados en Mendoza, 2015. p:18).

- **Restricciones**

Mediante las restricciones se establecen políticas entre el producto, precio, promoción y plaza. Por lo tanto, las restricciones en el paquete turístico ayudan para marcar los límites e impedimentos, y delimita las pautas con las que se cumple el paquete (López y Banda, 2012; citados en Mendoza, 2015. p:19).

- **Servicios adicionales o complementarios**

Estos servicios son aquellos que la sociedad urbana necesita para tener un funcionamiento idóneo, por ejemplo, comunicaciones, policías, bomberos, seguridad pública, sanidad general, teléfono, telégrafo, correo, hospitales, farmacias, servicio médico, bancos, casas de cambio de moneda, transportación local, taxis y autobuses, estaciones de combustibles, servicio mecánico, etc. Existen otros servicios de apoyo que pueden considerarse necesarios para el viajero como lo son los automóviles en renta, información turística (mapas, folletos y directorios, guía de turistas e intérpretes), tiendas (fotografías, artesanías, artículos de recreo, etc.), puestos de periódicos, revistas y tarjetas postales, lavanderías y tintorerías, tiendas especializadas en la venta o renta de equipo deportivo (López y Banda, 2012; citados en Mendoza, 2015. p:29).(Mendoza 2015)(Mendoza 2015)

- **Información de convenio**

“La información del convenio supone un acuerdo entre el vendedor y el comprador para llevar a cabo la venta de un paquete turístico” (López y Banda, 2012; citados en Mendoza, 2015. p:19).(Mendoza 2015)(Mendoza 2015).

- **Costo del producto turístico**

El costo del producto turístico por lo general siempre se cotiza bajo una misma unidad, por persona o por habitación y se cotiza en base a un número mínimo de pasajeros con los que pueda operar el tour (López y Banda, 2012; citados en Mendoza, 2015. p:19).

- **Margen de utilidad**

De acuerdo con el pensamiento de López y Banda (2012) citados en Mendoza (2015., p:19) El margen de utilidad es la diferencia entre ingresos y gastos totales, incluyendo impuestos, expresadas en un porcentaje de los ingresos.

2.7 Estudio mercadotécnico

En mercadotecnia es un término muy utilizado que significa el conjunto de actividades y procesos que se llevarán a cabo para fortalecer y mejorar el posicionamiento de los negocios en sus distintos nichos de mercados. Es importante tener en cuenta que el estudio de mercado es la principal función en el mundo de las ventas, son aquellas nos permite analizar hacia donde queremos apuntar antes de disparar o emprender el lanzamiento de un producto o servicio.

2.7.1 Marketing mix

El marketing mix es una herramienta que los metodólogos lo recomiendan con el propósito de alcanzar objetivos y metas a través de elementos de combinación que posee un producto o servicio. El cual para Gutierrez (2016) menciona que el conocimiento de una buena mezcla de marketing permite que la empresa puede actuar de forma planificada y coherente para satisfacer las necesidades del consumidor y de esa forma conseguir un beneficio mutuo, así los componentes de la mezcla de marketing define lo siguiente:

2.1.1.1 Cliente

El principal elemento ya no será el producto sino el cliente, es decir, qué se puede producir para cubrir las necesidades del cliente (Tamariz, 2015. p:6).

2.1.1.2 Comunicación

Significa interactividad y retroalimentación. El uso de correos electrónicos, chats y foros favorece el canal de comunicación entre la empresa y el cliente (Tamariz, 2015. p:6).

2.1.1.3 Costo

Es preciso considerar los costos psicológicos, es decir, la percepción que tienen los clientes sobre las cargas psicológicas añadidas al producto por desplazamiento, esfuerzo o tiempo invertido. Significa mucho más que el simple precio pagado (Tamariz, 2015. p:6).

2.1.1.4 Conveniencia

Se refiere a la forma de llegar al cliente más rápido. Por ejemplo, el cliente encontrará más conveniente no salir de su casa y consultar el catálogo de productos que maneja la empresa mediante una página web (Tamariz, 2015. p:6).

2.8 Estudio organizativo

Trata de analizar tanto la capacidad del negocio que se llevará a cabo, así como también la evaluación de sus competencias administrativas, por lo tanto, busca en elegir la capacidad de la organización con el propósito de conocer y evaluar las fortalezas y debilidades y esto ayudará a

definir la estructura organizacional para el manejo en las etapas de inversión, operación y mantenimiento (Segatore, 2019).

2.8.1 *Diseño de la estructura organizacional*

Para la (Escuela Negocios [EDUN, 2011]) manifiesta que para el diseño de la estructura organizacional se debe de seguir los siguientes pasos:

- Definir los objetivos generales de la empresa
- Elaborar un listado de actividades administrativas necesarias para el logro de los objetivos
- Definir cual de esas actividades se subcontratan y cual se hacen de manera directa
- Para las actividades que se atenderan directamente agrupe las tareas y actividades relacionadas o a fines a subtemas
- Identificar las funciones especificas que deben de cumplir cada subsistemas
- Identificar las necesidades de recurso humano de cada subsistema
- Expresar los sibsistema en unidades administrativos o de grupos de trabajo
- Asignar funciones y definir cargos para cada unidad administrativas o grupo de trabajo
- Elaboracion del organigrama
- Descripción de las funciones de cada cargo

2.8.2 *Infraestructura para la administración*

Luego de definir la estructura organizacional es importante definir locaciones, tecnologia, muebles y enseres, equipos de comunicación, y todo aquello que se requiere para asegurar el buen funcionamiento de la administración, ademas de los gastos que se incurre periodicamente como: personal, seguros, servicios, papelerias, entre otros.

Las locaciones deben definir las áreas y requerimientos especiales como aire acondicionado, iluminación, conexiones eléctricas, y de comunicaciones; las comunicaciones se tienen que definir los medios y equipos: y la tecnología se debe definir equipos, software entre otros (Escuela Negocios, 2011).

2.9 *Análisis económico*

“El analisis economico es la base del estudio teorico y academico de la economia. Su centro de investigación es el comportamiento de los individuos y organizaciones a la hora de tomar decisiones e interactuar con el resto de los agentes” (Sánchez, 2016).

2.10 Análisis financiero

“Es el estudio e interpretación de la información contable de una empresa u organización con el fin de diagnosticar su situación actual y proyectar su desenvolvimiento futuro” (Roldan, 2017).

2.10.1 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto de un proyecto es el valor actual de los flujos de efectivos netos, entendiéndose estos la diferencia entre los ingresos y egresos periódicamente es importante mencionar que el VAN calculado traduce los ingresos y egresos a su valor equivalente en el periodo 0. Por lo tanto, un VAN igual a 0 no significa que no haya beneficios, sino que ellos apenas alcanzan a cubrir las expectativas del proyecto. Asimismo, un VAN mayor a 0 indica que el proyecto arroja un beneficio aún después de cubrir las expectativas (Mete, 2014, p:69-70).

2.10.2 Tasa interna de retorno (TIR)

El TIR está representada como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero ($VAN = 0$). Es importante conocer que el VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando una tasa de descuento.

También es importante resaltar la definición de La T.I.R. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual para Mete (2014, p:71) define 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.

2.10.3 Relación beneficio costo

Para Ucañan (2020) la relación Beneficio-Costo (B/C) permite comparar los beneficios (ventas) versus todos los costos (gastos) asociados a un proyecto, en el ejemplo en excel se utiliza como una herramienta financiera para la planeación empresarial, ayudando a determinar si existe ganancia o pérdida en una inversión.

2.10.4 Periodo de recuperación del capital

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa aspira en recuperar 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. Además, el PRC se lo define como el primer periodo por el cual el flujo que se acumula se convierte en positivo (Riquelme, 2012).

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA

El presente trabajo de titulación es de tipo no experimental, de manera que se realizó con dos tipos de investigación:

- Investigación primaria: este tipo de investigación permitió recolectar información primaria en la zona de estudio, por medio de encuestas, salidas al territorio para la observación directa del área, entrevistas con los pobladores de la localidad y talleres participativos.
- Investigación secundaria: medio que facilitó obtener información por medio de sitios webs, consultas bibliográficas, libros, tesis, revistas entre otras fuentes oficiales.

Posteriormente, se realizó un análisis descriptivo, teórico, cualitativo y cuantitativo para poder alcanzar con el propósito principal del estudio, con una aplicación teórica y práctica.

Para poder cumplir con los objetivos de un diseño técnico de paquetes turísticos en la comunidad Chuichun se basó en seis objetivos específicos.

Para el desarrollo del primer objetivo, se trabajó conjuntamente con información primaria y secundaria. En cuanto al levantamiento de información se desarrolló de la siguiente manera:

- Se trasladó al GAD cantonal El Tambo, para poder obtener información sobre el PDTO cantonal, de acuerdo con el documento brindado por el departamento de Planificación Territorial se obtuvo poca información de la comunidad.
- Por ello se procedió a utilizar la técnica de entrevista, la cual se realizó con los pobladores de la localidad principalmente con las directivas de cada sector.
- Sin embargo, la información que fue proporcionada no era eficaz ni clara, por tal razón se trabajó con la técnica de encuestas, donde se utilizó la boleta censal (Anexo A), la misma que se realizó a distintas familias principalmente al jefe del hogar.
- Para realizar las encuestas en primera instancia se obtuvo una muestra del total de los habitantes de la comunidad obtenida del PDOT cantonal, donde se utilizó la fórmula matemática para poblaciones finitas, que a continuación se detalla:

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

$$n = \frac{1790 * (0,5 * 0,5)}{(1790 - 1) * (\frac{0,05}{1,96})^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 316$$

N: universo de estudio= 1.790

n: tamaño de muestra

p: probabilidad de ocurrencia=0,5%

q: probabilidad de no ocurrencia = 0,5%

e: margen de error = 5%

z: nivel de confianza= 95%

- Es importante recalcar, que la comunidad es extensa, por ende, si solo se encuesta a 316 habitantes de la comunidad la información no sería verídica, por tal razón la boleta censal fue aplicada a 316 jefes de familia de esta manera obtener información de mayor precisión con respecto a los cinco ámbitos.
- El llenado de las encuestas se realizó en el mes de mayo y junio en el año 2021 mediante salidas de campo por cinco días, con todo el equipo de trabajo conformado por tres personas (Pomavilla Nube, Huilcarema Paola y Pizha Marco).
- De acuerdo a los resultados de las encuestas se procedió realizar un análisis con la información obtenida, mediante la metodología de 5 estrellas planteada por (Tierra.P, 2012. p: 38), que se encuentra dividida por ámbitos, como se indica en la tabla 1-3.

Tabla 1-3: Método de 5 estrellas

ÁMBITOS	INFORMACION A RECABAR
Físico espacial	<ul style="list-style-type: none"> • División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad). • Límites • Vías de acceso
Socio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Etnicidad (nacionalidad y pueblo) • Historia • Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad) • Migración • Nivel de instrucción • Profesión u ocupación

	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos) • Vivienda (tipo, propiedad, características) • Salud • Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) • Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio) • Comunicación • Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico) <p>Combustibles utilizados</p> <p>Abastecimiento de producto</p>
Ecológico territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural) • Clasificación ecológica • Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas) • Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos) • Hidrología • Problemas ambientales
Económico productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas (tipo, ocupación) • Desarrollo actual del turismo en la zona • Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
Político administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) • Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico • Instituciones que trabajan en la zona

Fuente: (Tierra.P, 2012. p: 38).

Para el cumplimiento del segundo objetivo que es el estudio de mercado, se realizó un análisis de la oferta y demanda, para poder cumplir con el objetivo, se utilizó la investigación primaria mediante salidas de campo, talleres participativos y las fichas del MINTUR (Anexo B) y las fichas del INPC (Anexo C).

- Análisis de la oferta actual

Se trabajó bajo el enfoque del sistema turístico.



Figura 3-3. Estructura del sistema turístico

Fuente: (Tierra. P, 2012. p: 9)

- Atractivos y actividades: con la colaboración de Don Mesías Pichizaca secretario del sector Bola Loma, se logró recorrer la comunidad ubicando los atractivos turísticos naturales, mediante salidas de campo por dos días en el mes de octubre, posterior a ello se utilizó la técnica de fichaje, la cual se procedió levantar la información con las fichas técnicas establecidas por el MINTUR del año 2017. Además, la recolección de los atractivos culturales se realizó por medio de dos talleres participativos con los pobladores de la comunidad, la misma que se llevó a cabo en la casa comunal ubicada en el sector Bola Loma en el mes de noviembre, donde se dividió por grupos, de acuerdo a los cinco ámbitos planteados por el MINTUR, con la utilización de la técnica de fichaje por medio de las fichas del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC).
- Infraestructura: para la obtención de la información se realizó un análisis del primer objetivo del ámbito socio- cultural, de los variables medios de transporte, comunicación, agua y energía.
- Planta turística: con la salida al campo se identificó si la comunidad dispone de los servicios de alojamiento, alimentación, guías y esparcimiento.
- Superestructura: mediante una entrevista al presidente del sector Bola Loma Don. Venancio se recolectó información de los actores del sector público, privado y comunitario que estén participado con respecto a temas de turismo.

- Oferta complementaria

Mediante el catastro de servicios de alimentación, hospedaje, guías y operadores que existen en el cantón El Tambo, según MINTUR del año 2020.

- Oferta sustitutiva

Se recolecto información pertinente de otras comunidades y agencias de viajes que trabajan con paquetes turísticos con los mismo servicios, atractivos y actividades que estén localizados en la zona de estudio o que estén ubicadas en el centro cantonal, la misma que fue obtenida mediante el Gad cantonal El Tambo y el catastro de servicios según MINTUR del año 2020.

- Análisis de la demanda

- Se trabajó con la fórmula matemática para poblaciones finitas, salidas al campo, además se realizó una encuesta (Anexo D), donde esta detallado con contenidos de diferentes tipos de variables: socio demográfico, socioeconómico, motivacional y psicográficas.
- Para obtener la muestra de la población total, se tomó datos como universo el total de los turistas nacionales que han visitado el Complejo Arqueológico de Ingapirca, provincia Cañar año 2020. Dichos datos fueron proporcionados por el departamento de turismo de la parroquia Ingapirca. La misma que se determina de la siguiente manera:

Tabla 2-3: Datos de turistas nacionales del año 2019 hasta 2020

Visitantes	Año 2019	Año 2020
Nacionales	102595	29312
Extranjeros	27576	6291
TOTAL	130171	35603

Fuente: Complejo Arqueológico Ingapirca (CAI, 2021)

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

$$n = \frac{29312 * (0,5 * 0,5)}{(17.262 - 1) * \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{17.262 * (0,5 * 0,5)}{(17.262 - 1) * \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 379$$

Donde:

N: universo de estudio= 29.312

n: tamaño de muestra

p: probabilidad de ocurrencia=0,5%

q: probabilidad de no ocurrencia = 0,5%

e: margen de error = 5%

z: nivel de confianza= 95% (1,960)

- Con la fórmula se obtuvo como resultado que se debe encuestar a 379 visitantes que llegan al Complejo, la misma que se realizó mediante salidas al campo del dicho atractivo por tres días el mes de noviembre del 2021.
- Según la información recopilada de los visitantes, se procedió tabular las encuestas en el programa de Excel, donde se logró obtener el perfil de los turistas y los posibles visitantes que llegarían a la comunidad Chuichun.
- La confrontación de oferta y demanda se realizó un cálculo con las proyecciones de oferta y demanda mediante la fórmula del incremento compuesto debido a que en la zona de estudio no existen datos, además para las proyecciones de segmento se utilizó el índice de crecimiento turístico del 5% ya que es porcentaje mínimo para un producto nuevo.

Formula del incremento compuesto:

$$C_o = C_n (1+i)^n$$

Co= año a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas Nacionales y Extranjeras

i= índice de incremento turístico anual (5%)

n= el año a proyectarse

Para la ejecución del tercer objetivo que es diseño técnico de los paquetes, se trabajó en base a la información analizada y sistematizada del segundo objetivo, además se utilizó la matriz propuesta por (Tierra. P, 2009).

- En base a esta información y el estudio de mercado se elaboró los paquetes turísticos, tomando en cuenta los siguientes componentes:
 - Nombre del paquete
 - Codificación (numeración)
 - Línea de producto modalidad
 - Duración (horas, días, noches)
 - Descripción de paquete
 - Itinerario
 - Dificultad
 - Servicios que se incluyen
 - Servicios que no se incluyen
 - Precio (por número de pasajeros)
 - Observaciones
 - Fotografía
 - Mapa de identificación del recorrido

Para el cumplimiento del cuarto objetivo de promoción y comercialización de los paquetes elaborados y dar conocer la comunidad, se trabajó con el marketing mix, además se trabajó con la pregunta 3 de la encuesta (Anexo D).

- Según Penny (2016), Robert Lauterborn, profesor de la Universidad de Carolina del Norte, indicó que las 4Ps enfocan las acciones de marketing básicamente desde el punto de vista de la empresa, lo cual sería un error, por tal razón propone reemplazarlas por 4Cs para darle mucho más peso al punto de vista del cliente (Polo del Conocimiento [PC, 2021. p: 2053-2054]).

La 4Cs se basa en lo siguiente:

- Consumidor
- Costos
- Conveniencia
- Comunicación

Este tipo de marketing permitirá un enfoque con el cliente ya que nos permite la posibilidad de compartir nuevas experiencias de compra y que sepan que el dinero no es lo único importante, sino darse conocer el producto y acercarnos más a los clientes, por tal razón se trabajó con los 4Cs.

Para el desarrollo del quinto objetivo que es estudio legal-organizativo y administrativo, se trabajó con información secundaria obtenidas de los reglamentos y leyes del Ecuador en el área turística.

- Legal-organizativo

Se trabajó con los siguientes cuerpos legales

- Constitución de la República del Ecuador (Art.264, Art.283)
- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (Art.15, Art.16, Art.17)
- Reglamento a Ley Orgánica Económica Popular y Solidaria (Art.4, Art.5)
- Ley de Turismo (Art.5, Art.8, Art.10, Art.12)
- Reglamento General a la Ley de Turismo (Art.43, Art.45)
- Reglamento de Turismo Comunitario (Art.8)
- Se realizó un análisis a las leyes mencionadas para poder formar el tipo de empresa en la comunidad Chuichun, de acuerdo con los resultados se conformará un Centro Turístico Comunitario. A partir de ello se consiguió realizar la estructura y el diseño organizacional.

- Administrativo

- Para la formulación de la misión y visión se da respuesta a los siguientes elementos detallados en la tabla 3-3. Además de ello se plantearán las políticas y los valores del Centro Comunitario.

Tabla 3-3: Elementos para la formación de misión y visión

Direccionamiento estratégico		
Misión		
Componentes	Definición	Redacción
¿Qué hace? (negocio)	Turismo comunitario	Somos un Centro Turístico Comunitario que busca rescatar y conservar los recursos culturales y naturales, garantizando el desarrollo del
¿Cómo lo hacen?	Estructuración de paquetes	
¿Quiénes se benefician?	La comunidad Chuichun y el cliente	

¿Con que lo hace?	En base a la potencialidad del territorio	turismo comunitario, mediante la estructuración de paquetes en base a la potencialidad del territorio, contribuyendo en el bienestar para la comunidad y la satisfacción de los turistas
Valores	Respeto	
Principios organizacionales	Rescatar y conservar los recursos culturales y naturales	
Visión		
Componentes	Definición	Redacción
Negocio ¿Qué es lo que queremos hacer? ¿Hacia dónde vamos?	Ser un Centro comunitario que preste servicios turísticos.	Somos el Centro Turístico Comunitario que presta servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento para los turistas locales y regionales, contribuyendo al cuidado y protección del medio ambiente, para el año 2027 quieren ser reconocidos nacionalmente, logrando un nivel de rentabilidad y calidad de servicios.
Horizonte de tiempo	2027	
Posicionamiento de mercado	A nivel local y regional	
Principios organizacionales	Con cuidado y protección del medio ambiente	
Valores	Rentabilidad y calidad	
Ámbito de acción	Localidad y regionalidad	

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Posteriormente, se definió el estilo administrativo que se practicará dentro de la comunidad y como se gestionarán y controlarán todos los servicios y actividades turísticos para administrarlos de la mejor manera, permitiendo conocer que función deben cumplir cada empleado que trabajará en la comunidad, respectivamente con su manual de función.

Para el cumplimiento del sexto objetivo, se analizó los egresos, inversiones de activos fijos y activos diferidos, y el capital del trabajo, donde se calculó la cantidad necesaria que cubra los costos del proyecto en la ejecución, los ingresos para ejecutar las proyecciones de ventas y los cálculos de viabilidad del proyecto desde la perspectiva del negociante.

Para finalizar, se realizó una evaluación al proyecto, para verificar si es viable en la cual se tomó los estudios del mercado y económico, con la identificación de los ingresos y egresos del proyecto, se calcularon los indicadores de la rentabilidad como es el flujo de caja, los índices Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), y la relación de beneficio y costo mediante este cálculo se obtuvo el análisis financiero.

CAPÍTULO IV

4 RESULTADO

4.1 Diagnóstico territorial de la comunidad.

4.1.1 *Ámbito físico – espacial*

4.1.1.1 *División política administrativa*

La comunidad Chuichun se encuentra en la provincia de Cañar, cantón El Tambo, parroquia El Tambo. Geográficamente está situada en la zona 6 en las siguientes coordenadas latitud -2.51667 y longitud -78.9667.

Tabla 4-4: Datos Geográfica

Comunidad Chuichun	
Fecha de la creación de la comunidad	1964
Población total	1790 habitantes
Extensión	1.256,99 ha
Rango altitudinal	2.750 msnm

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022).

Chuichun es una de las comunidades más extensas y con el segundo tamaño poblacional después de la cabecera cantonal. Está conformada por sectores, entre ellas: Chuichun quesera, Chuichun Centro, Molinopungo, Ana María Alto, Ana María Bajo, Tunaspamba, Sarapamba Chuichun y Bola Loma. Cada uno de estos sectores está dirigido con sus respectivas directivas, debido a los diferentes intereses que cada sector presenta y por la distribución inequitativa de presupuesto. Las economías principales de la comunidad son la agricultura y la ganadería (lechería). Mantiene relación principalmente con la cabecera cantonal en donde la población vende sus productos. Cuenta con varios establecimientos como dos capillas, tres casas comunales y dos escuelas (Gobierno Autónomo Descentralizado del catón El Tambo [GAD cantonal, 2020]).

4.1.1.2 Límites de la comunidad



Figura 4-4. Mapa de ubicación geográfica de la comunidad Chuichun

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

La comunidad se caracteriza por ser un territorio de producción agropecuaria ya que es una zona rural, que tiene una extensión de 1.256,99 ha.

De acuerdo con el mapa del cantón El Tambo los límites de la comunidad son

- Norte: Parroquia Juncal y Río San Antonio
- Sur: Con la cabecera cantonal y sus comunidades (Cachi y Molino Huayco)
- Este: Comunidad Romerillo y Pillcopata
- Oeste: Río Cañar y Carbonería

4.1.1.1 Clima

La comunidad se encuentra en la zona baja, con una temperatura que oscila entre los 10°C y 12°C (GAD cantonal El Tambo, 2020).

4.1.1.2 Precipitación

En el cantón El Tambo recibe una pluviosidad media entre 500 a 1200 mm por año. Es así que la comunidad se encuentra en un rango de precipitación entre 601 a 800 mm anuales (GAD cantonal El Tambo, 2020).

4.1.1.3 Vías de acceso

La comunidad Chuichun se encuentra a 5,8 km de la cabecera cantonal, actualmente la población para poder comercializar productos o realizar otras actividades dispone de tres vías, las cuales son: vía Chuichun Quesera, vía Cachi y la vía de la parroquia Juncal. Desde la vía panamericana que ingresa al sector Chuichun Quesera hasta el sector Chuichun Centro la vía es asfaltada y se encuentra en buen estado la misma conduce a los distintos sectores pertenecientes de la comunidad.

Los demás sectores cuentan con vías de segundo orden algunas se encuentran en mal estado, sin embargo, en algunos sectores la población utiliza senderos más conocidos como los chaquiñanes para comunicarse con los otros sectores y poder desplazarse para realizar actividades agropecuarias. El mantenimiento de estas vías lo realiza la institución del Gad cantonal, los mismos pobladores realizan solicitudes para el alcalde.

4.1.2 *Ámbito sociocultural*

4.1.2.1 Etnicidad

El Ecuador es un país pluricultural y multiétnico, en el que se considera la diversidad étnica y cultural, con la presencia marcada de mestizos, indígenas, afro ecuatorianos y descendientes de los españoles.

En el caso de la comunidad Chuichun, según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, se resume que la población indígena corresponde al 64,3 % del total de la población, y la población mestiza presenta un 35,7 %.

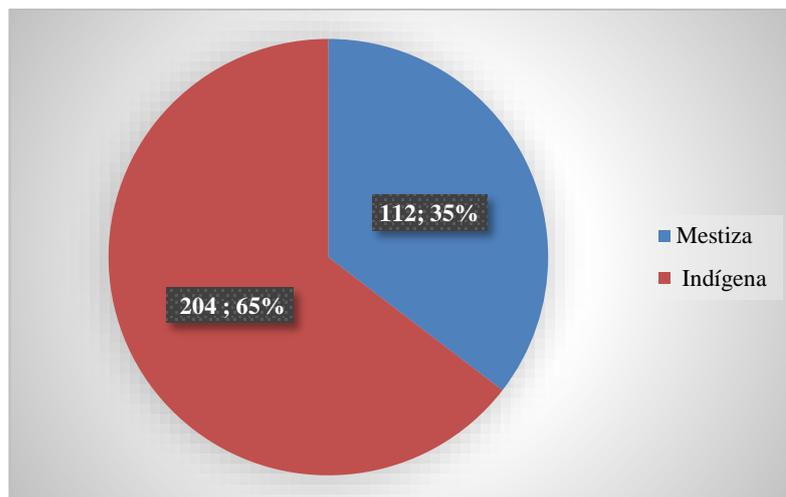


Gráfico 1-4. Población según auto identificación étnica en la comunidad Chuichun

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Según los datos obtenidos se puede confirmar que en la comunidad Chuichun la mayor parte de las familias encuestas se auto identifican indígenas con un 65% que equivale a 204 y un total de 35% son mestizas que corresponde a 112 familias, en cuanto a los otros grupos etnias (blancos, mulatos o afro ecuatorianos), no se ha registrado ninguna.

4.1.2.2 Historia

Según la narración de los moradores se dice que Chuichun significa “cienego donde se posa el arco iris”, hasta el año de 1963 Chuichun era una hacienda extensa de propiedad de la asistencia social que entregaba esas tierras a arrendatarios, siendo el último el Sr. José Hereda Crespo. A comienzos del año 1964 los exhuasipungueros con un número total de 25 miembros los mismos que habían trabajado por varios años en la mencionada hacienda en la cual forman la Cooperativa Agrícola “Chuichun”, el mismo año el Instituto de Reforma Agraria y Colonización (IERAC) lotiza la hacienda en parcelas de 7 hectáreas, 71/2 de hectáreas y 8 hectáreas las mismas que fueron vendidos por un valor de 5.000 sucres a los exhuasipungueros y 7.000 sucres a gente particular de las haciendas de Cañar y El Tambo (Ortiz, 2001 pág. 120).

4.1.2.3 Población por grupo de edad y sexo

La población en la comunidad representa a 1790 habitantes que corresponde el 14,36 % de la población total del cantón El Tambo, es una de los más grandes (Gobierno Autónomo Descentralizado del catón El Tambo , 2020). Sin embargo, no se detalla el total de la población masculina y femenina con el rango de edades, por ello, con la encuesta realizada se pudo verificar que el total de la población masculina es de 500 habitantes que corresponde a 49 % y la población femenina 516

habitantes que equivale a 51%. Esto significa que la comunidad tiene la concentración mayoritariamente de la población femenina.

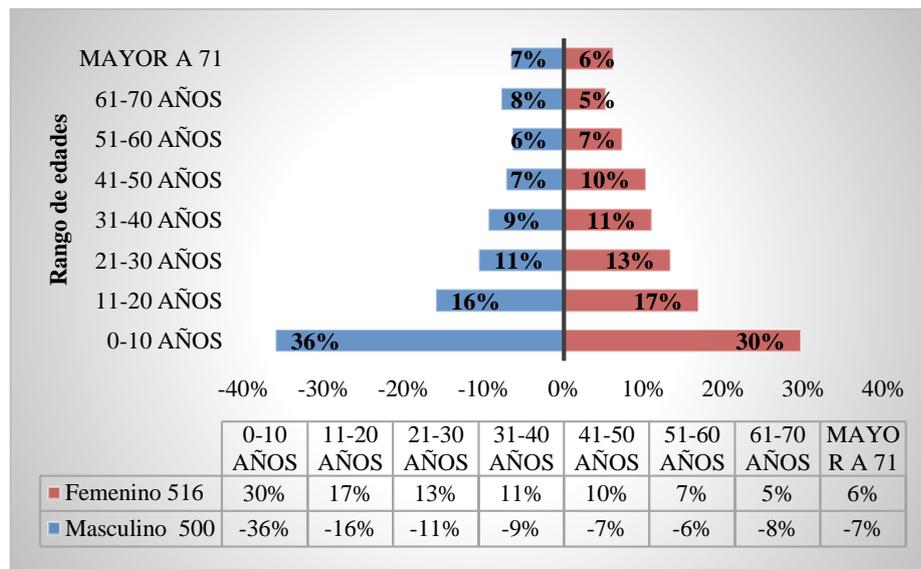


Gráfico 2-4. Pirámide poblacional con rango de edades Género

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Se puede evidenciar que predomina la población de niños entre un rango de edad de 0 a 10 años del género masculino con un 36%, mientras que la población femenina con mayor porcentaje se encuentra en la población juvenil en un rango de edad entre 11 a 20 con un 17%.

4.1.2.4 Migración

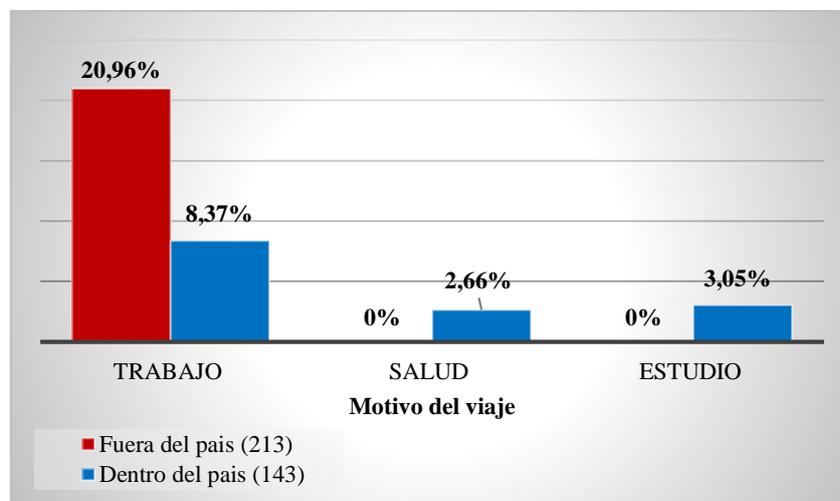


Gráfico 3-4. Migración fuera y dentro del país

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Del total de la población que equivale a 1016 habitantes, los 356 personas migraron ya sea fuera o dentro del país, de las cuales 213 personas que equivale a 60% fuera del país, principalmente a países como Estados Unidos y España y 143 personas la cual corresponde a 40% dentro del país a ciudades de gran importancia para el Ecuador que son Quito, Guayaquil, Cuenca y Riobamba, sus principales motivos de viaje son por trabajo, estudio y salud, pero el mayor motivo de viaje es el trabajo, ya que en los últimos años 2019 y 2020 fueron afectados por la pandemia (COVID 19) y se vieron obligados a migrar ya que la economía era muy escasa para las familias. En concordancia con el PDOT la migración afecta más a las poblaciones que residí en el área rural.

4.1.2.5 Nivel de instrucción

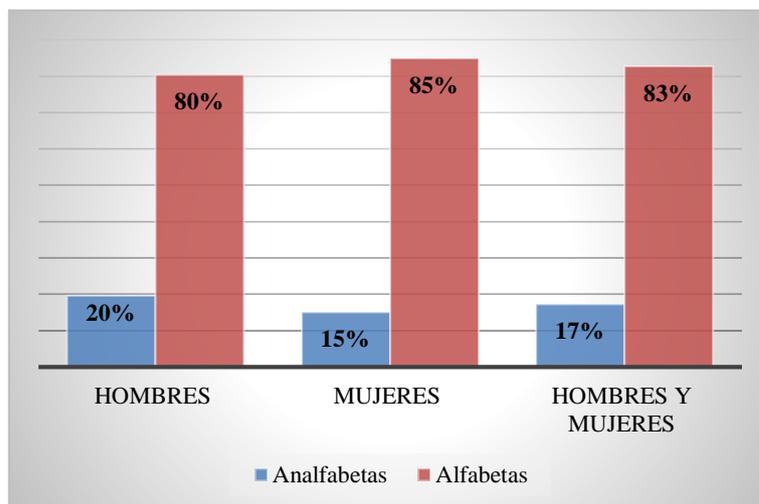


Gráfico 4-4. Población analfabetas y alfabetos

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

En la población de analfabetas existe un porcentaje menor 17% tanto hombres y mujeres, sin embargo la mayor proporción se encuentra en el género masculino con un 20%, cabe recalcar que el nivel de analfabetismo es bajo debido a que tienen acceso a la educación básica, media y superior, existen centros educativos donde pueden aprender a leer y escribir, este porcentaje de analfabetismo mostrado en la gráfica 4 representa en su mayoría a la población de adultos mayores debido a que no se contaba con las mismas condiciones para el ingreso a la educación como en la actualidad.

4.1.2.6 Profesión u ocupación

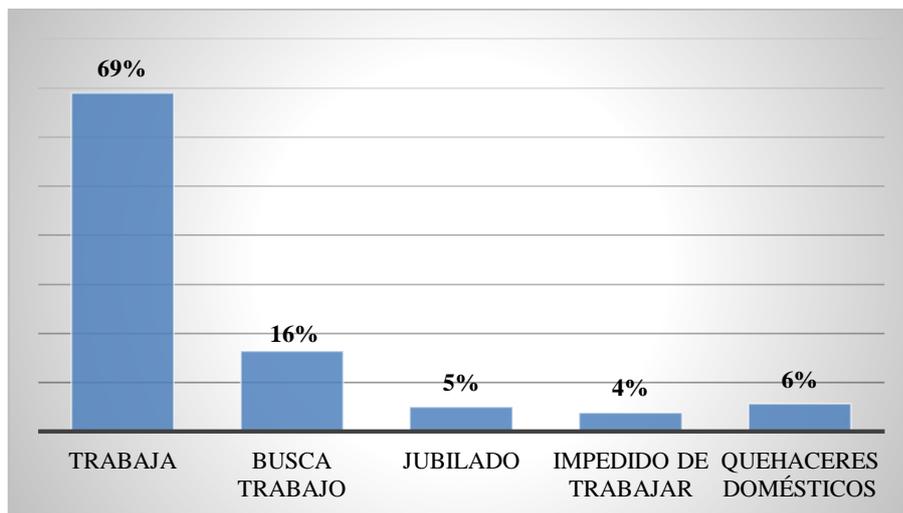


Gráfico 5-4. Ocupación de la población de la comunidad

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

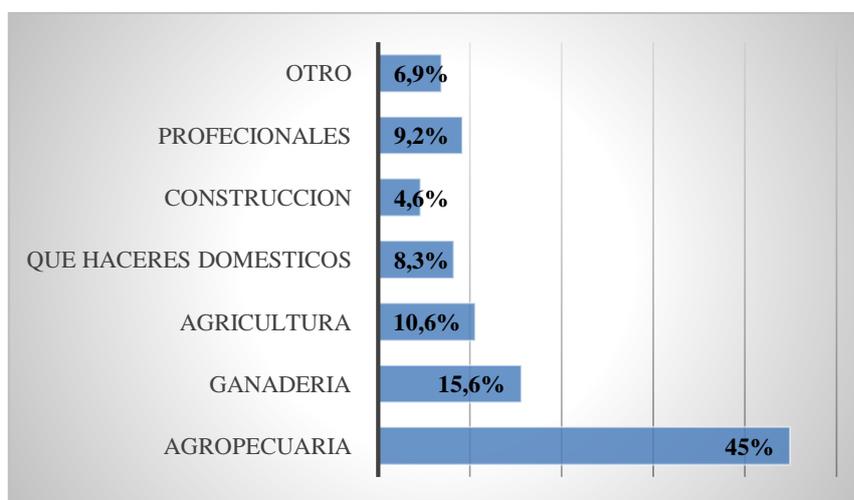


Gráfico 6-4. Principal ocupación de la comunidad Chuichun

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

De acuerdo con la gráfica 6-4, el 69% de las familias encuestadas pertenecen a la población económicamente activa (PEA), sin embargo un porcentaje menor de 16% busca trabajo esto debido a que fueron afectados por la pandemia (Covid-19), ya que muchos de ellos dependían de los negocios familiares y se vieron obligados a cerrar.

De la PEA con el 44,9% del total se dedican a la agropecuaria, mientras que algunas familias se dedican solo a la ganadería 15,6% o agricultura 10,6%, sin embargo existe un porcentaje considerable del 9,2% que tienen una profesión las cuales son: docente, enfermería, músico, chef, secretaria, doctora, odontóloga, contador, doctora, administrador, abogado, diseñador entre otras profesiones que actualmente están ejerciendo.

4.1.2.7 Servicios básicos disponibles

- *Agua*

Para el análisis del agua utilizada para consumo humano, se obtuvo información de la encuesta realizado en el año 2021 y datos actualizados proporcionados por el PDOT. En la comunidad se localizó juntas de agua potable que son las encargadas de proveer el servicio a los pobladores. El cantón Tambo posee 20 juntas de agua potable en base a ello la comunidad posee las siguientes juntas.

Tabla 5-4: Juntas de agua para el consumo humano

Juntas	Usuarios	Fuente			Tratamiento de agua cruda			Tanque de almacenamiento		
		Lugar	Tipo	Autorización Senagua	Ubicación	Estado	Método	Ubicación	Estado	Cap (m3)
Ana María	45	Rio San Antonio	Rio	No	Absul	Bueno	Cloro liquido			
Bolaloma	18	Bolaloma	Lago	No	Absul			Bola Loma	Bueno	15
Quesera	200	Garanshi	Plata de tratamiento	Si		Bueno	Cloro liquido	Quesera	Malo	40
Molinopungo	35	Chocar	Vertiente	Si		Bueno	Cloro granular	Molinopungo	Bueno	15
Sarapamba	34	Scticocha Chocar	Vertiente	Si		Bueno	Cloro granular	Ana maria bajo Sarapamba	Regular Regular	15 15
Tunaspamba	84	Llinipamba	Vertiente	Si		Bueno	Cloro granular	Tunaspamba	Bueno	50

Fuente: (GAD cantonal, 2020)

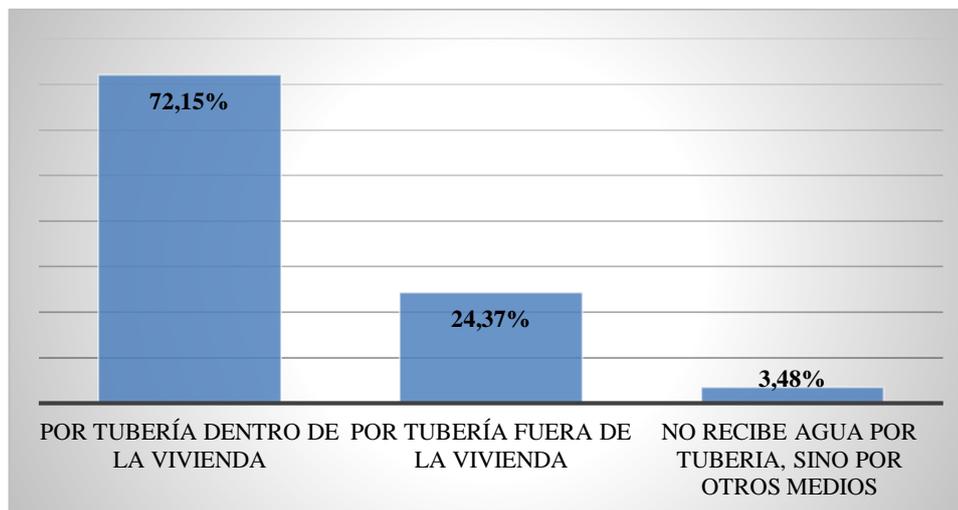


Gráfico 7-4. Abastecimiento de agua

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Realizando una comparación con la encuesta, se pudo identificar que todos los sectores cuentan con servicio de agua potable, de las cuales se encuentran ubicadas en distintos puntos de los sectores, la mayor parte de la población obtienen agua de la vertiente, sin embargo, algunos sectores como Ana María y Bola Loma el agua proviene del río y lago, y no cuentan con la autorización de SENAGUA, el tratamiento lo realizan con cloro líquido y granular. Como se observa en la tabla 3-4 en el sector Bola Loma no realizan ningún tipo de tratamiento ya que en la actualidad no existe habitantes, sin embargo, los socios de proyecto riego Bola Loma han trabajado conjuntamente por medio de mingas para el beneficio del sector, recientemente se encuentra realizando gestiones al GAD cantonal, para que la zona pueda recibir un agua más pura ya que es la zona donde quieren dar inicio el turismo.

- Energía eléctrica

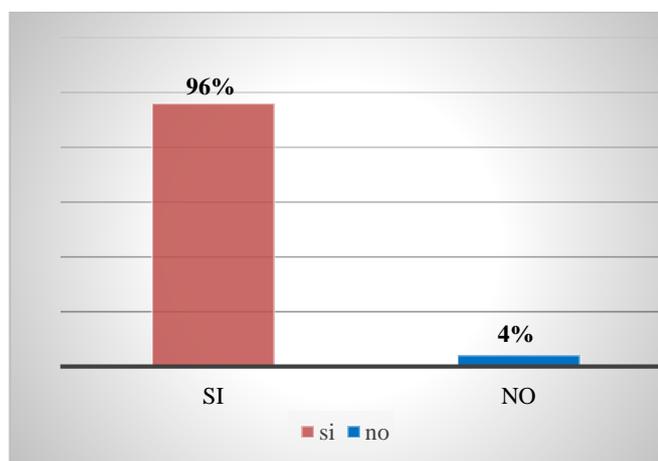


Gráfico 8-4. Servicio de la luz eléctrica

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

En cuanto al acceso al servicio de la luz eléctrica en la zona encuestada, existen más casos de viviendas que se abastecen directamente de la red pública. Sin embargo, se puede observar que existen un porcentaje mínimo 4% de viviendas que no cuentan con el servicio. Este servicio es prestado por la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur C.A (Gad cantonal, 2020 pág. 170).

- Internet

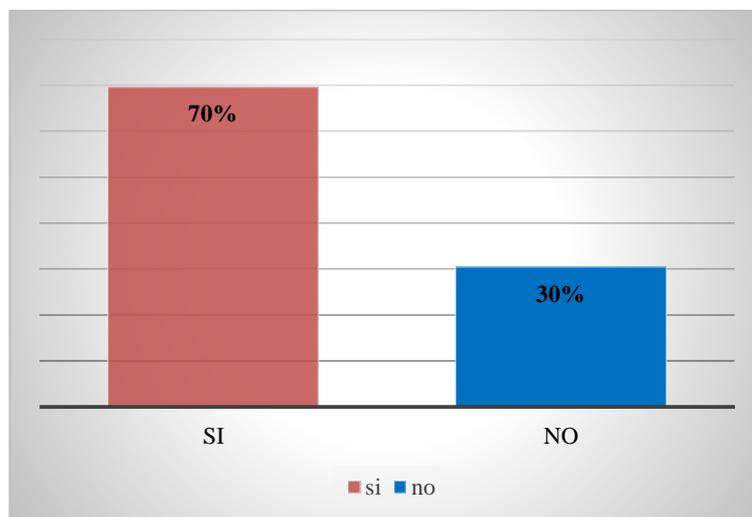


Gráfico 9-4. Servicio de internet

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Alcantarillado

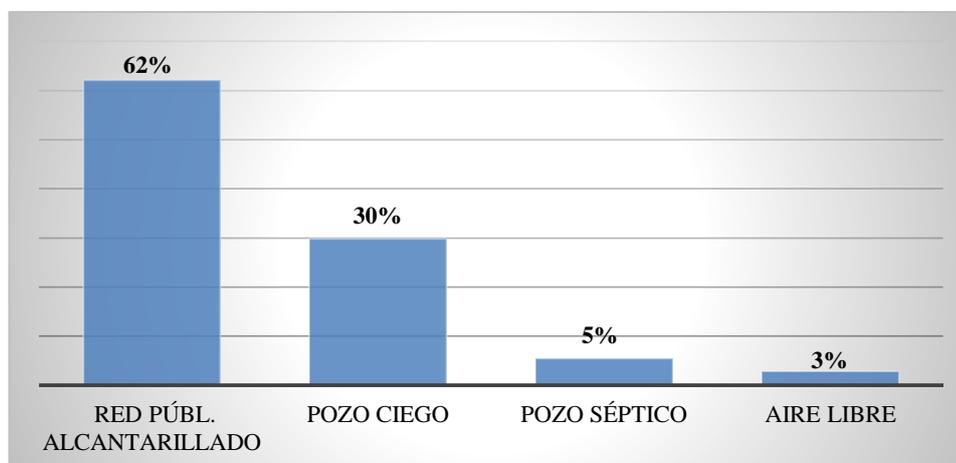


Gráfico 10-4. Tratamiento de aguas residuales

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

En cuanto a la zona estudiada, mayoritariamente las viviendas de la comunidad tienen conexión a la red pública de alcantarillado y un porcentaje mínimo de viviendas se encuentran conectadas

a pozo séptico. Sin embargo, es sustancial concientizar a la población sobre la importancia del tratamiento de las aguas negras, puesto que, existe un porcentaje considerable de viviendas que no tienen un medio de tratamiento a lo que se integra los pozos ciegos con el 30%.

Según el PDOT 2020, existen tres plantas de tratamiento con las que cuenta el cantón de las cuales una se encuentra localizada en la comunidad Chuichun sector Tunasmpamba.

- PTAR sector Tunasmpamba: abastece a la red de alcantarillado de las comunidades de Absul, Romerillo, Pillcopata y Chuichun (Gad cantonal, 2020 pág. 172).

- **Recolección y tratamiento de desechos**

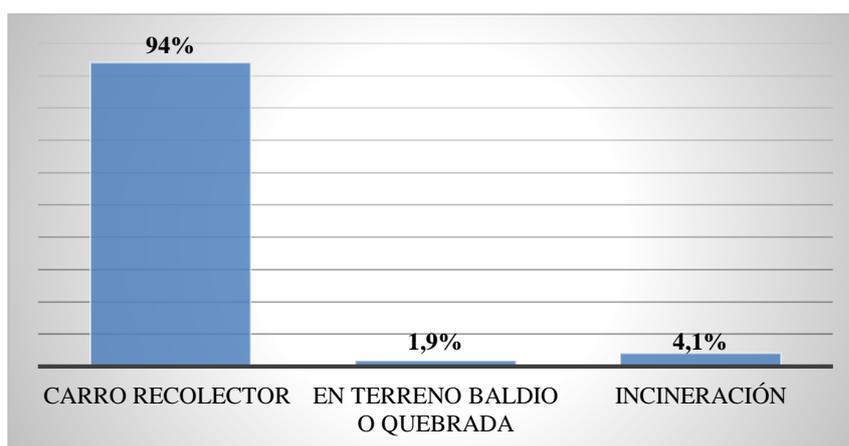


Gráfico 11-4. Eliminación de basura

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

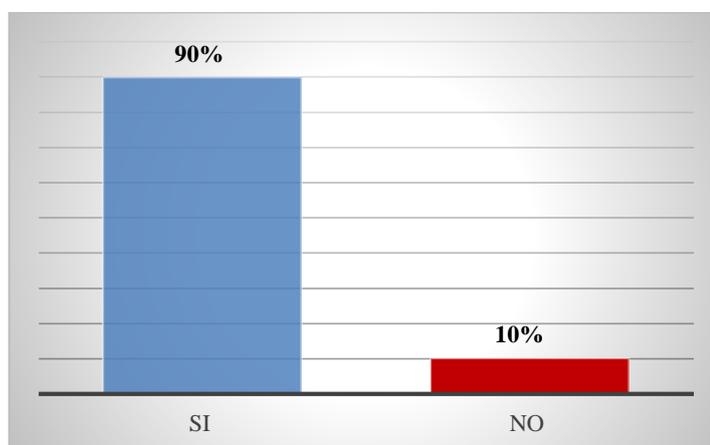


Gráfico 12-4. Tratamiento de residuos caseros

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

En la actualidad la empresa encargada de la recolección y tratamiento de desechos sólidos es la Empresa Municipal Mancomunada Integral del Pueblo Cañarí (EMMAIPC) la cual se encuentra conformada por los cantones de Biblian, Cañar, El Tambo y Suscal (GAD cantonal, 2020 pág. 173).

Como se observa en la gráfica 10 la comunidad cuenta con un carro recolector, ya que en la actualidad tienen acceso a vías lastradas y por ende las rutas para la recolección de basura se realizan por la mayoría de las calles de los distintos sectores, normalmente se recolecta dos veces por semana los martes y jueves. Sin embargo, existe una dificultad en la recolocación, porque las viviendas se encuentran dispersas, por ello los habitantes deben sacar la basura a las vías principales ya que dificultan el acceso del servicio. Por la ubicación de la zona no existen horarios para recolectar los desechos orgánicos por la misma se muestra en la gráfica 11 que los pobladores si realizan tratamientos caseros que son utilizados como abono natural para sus cultivos y también como alimento de animales.

4.1.2.8 Vivienda

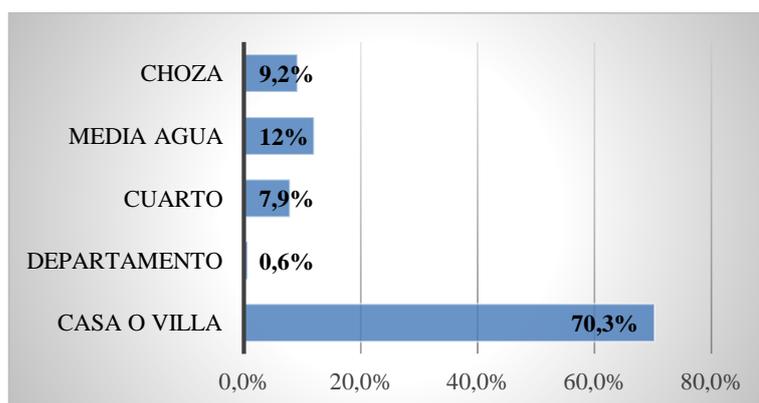


Gráfico 13-4. Tipo de vivienda

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

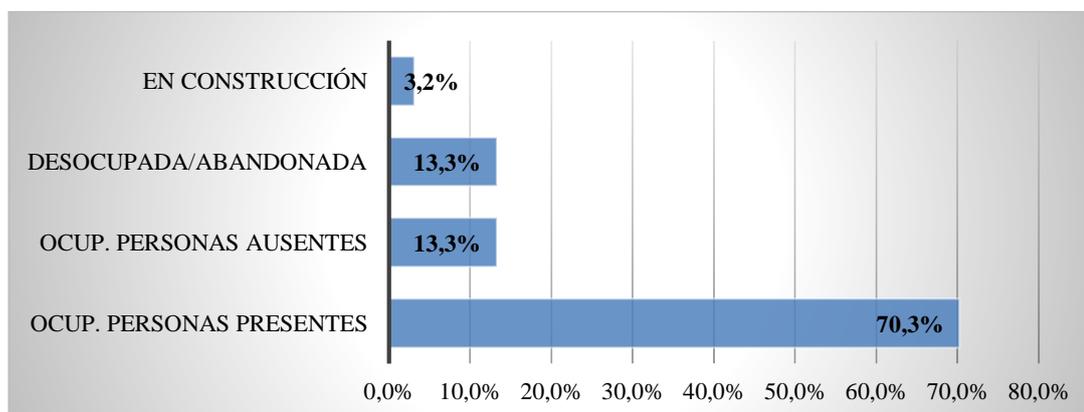


Gráfico 14-4. Ocupación de la vivienda

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Según los datos obtenidos de la encuesta, el tipo de vivienda predominante en la comunidad Chuichun, es la casa o villa, existen algunos casos de viviendas que son de media agua, choza, cuarto y departamento que representa el 30% de total de las viviendas del territorio.

Además, en la comunidad se identificó un porcentaje predominante del 70,3 % de viviendas que se encuentran ocupadas con personas presentes y existen una igualdad del 13,3% con personas ausentes y viviendas desocupadas o abandonadas, esto debido a que no viven en la zona sino en la cabecera cantonal, pero tienen vivienda, terrenos y ganados que visitan frecuentemente, y el porcentaje restante se encuentra en construcción, esto debido a que no viven en la zona.

4.1.2.9 Salud

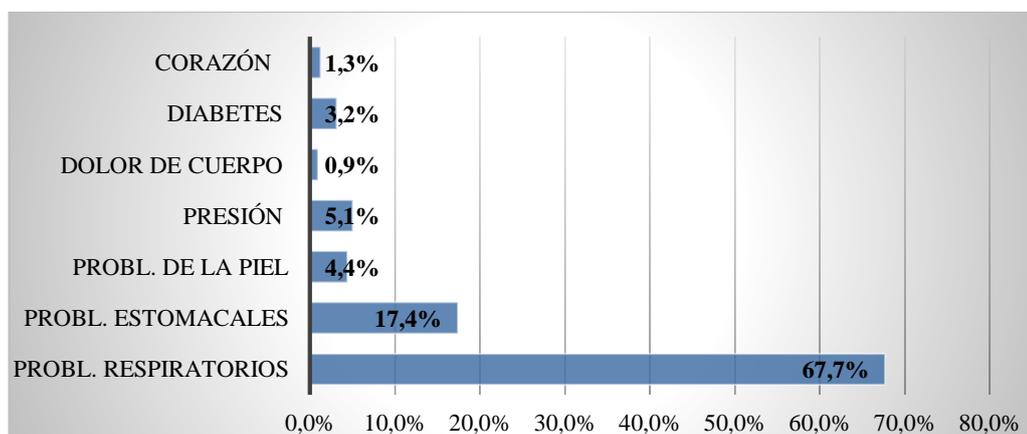


Gráfico 15-4. Enfermedades comunes

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

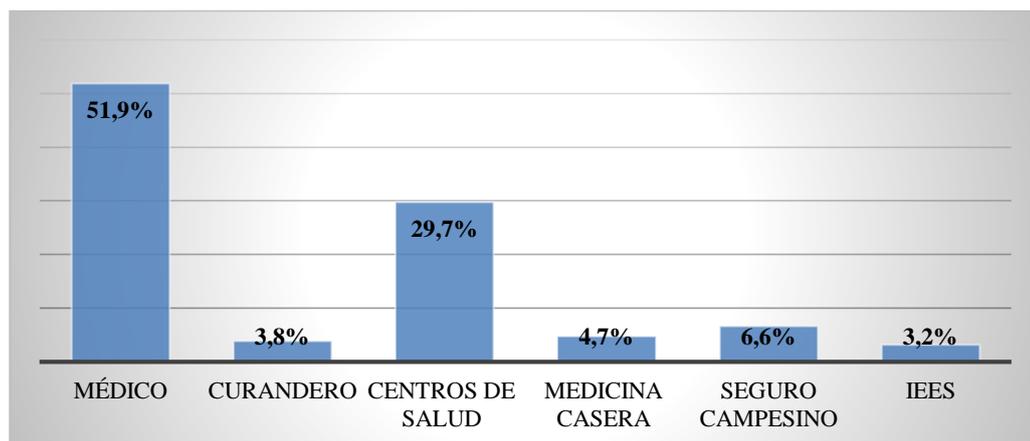


Gráfico 16-4. Lugares que acuden para la atención médica presión

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Las enfermedades más comunes que se presenta en los hogares de la comunidad es el problema respiratorio con un 68% de total de la familia encuesta, seguidamente con un 17% tienen problemas estomacales y un 5% sufren de la presión, esto es ocasionado debido a los cambios climáticos, mayormente se presenta un clima frío.

La población de la comunidad tiene que desplazarse a la cabecera cantonal para acceder a un tipo más especializado de servicio y en ocasiones deben acudir a ciudades más lejanas como Cañar, Azogues y Cuenca para ser tratados. Según el gráfico 8 la población con un 52% acuden a médicos personales, 30% a centro de salud e incluso algunas personas optan por un curandero o sino realizar sus propios remedios caseros y un 10% de la población cuentan con seguros como el seguro campesino y el IEES (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).

4.1.2.10 Educación

- Cobertura y equipamiento de educación
 - Centro de desarrollo infantil

Se ha reconocido la presencia de centros destinados al programa Creciendo con Nuestros Hijos y los Centros Integrales del Buen Vivir. En el cantón El Tambo actualmente existen 5 CNH Y 2 CIBV con la atención a 60 niños por cada centro registrado (PDOT, 2020), de las cuales se ha registrado 1 CNH en la comunidad Chuichun, y tienen una atención a 108 niños, este centro se encuentra en los sectores Chuichun Quesera, Tunaspamba y Molinopungo pertenecientes a la comunidad.

- Instituciones educativas

Las instituciones educativas de la comunidad Chuichun, están presentes en dos sectores. Donde asisten los estudiantes del mismo territorio, mientras otros estudiantes asisten a las instituciones educativas del cantón El Tambo y a la provincia de Cañar. El número total de los estudiantes de la comunidad es de 365, sin embargo, solo 91 alumnos entre niños, niñas y jóvenes realizan sus estudios en la zona mientras que otros alumnos asisten a otras instituciones de la provincia.

- Educación básica

Tabla 6-4: Instituciones educativas de la comunidad

Sector	Nombre de la institución	Alumnos	Tipo de institución	Nivel de educación
Chuichun Quesera	Escuela Alfonso María Arce	24	Fiscal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inicial ➤ Básica
Tunaspamba	Educación Básica Lázaro Condo	31	Fiscal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inicial ➤ Básica

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Estas instituciones cuentan con equipamientos deficientes en lo referente al material didáctico, áreas de recreación, equipos (computadoras), servicios básicos (agua, luz), baños, áreas verdes entre otros, instrumentos que son necesarios para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes.

4.1.2.11 Medios de transporte

La presencia de la vía panamericana hace que los habitantes cuenten con un servicio de transporte continuo para distintos destinos más importantes del país, se puede decir que la mayoría de las empresas de transporte pasan por la comunidad en direcciones distintas ya sea a norte, sur o la zona costera. Sin embargo, no existen buses de transporte público que lleguen directamente a la comunidad, por lo que la población se moviliza en camionetas y taxis de alquiler únicamente en el sector Tunaspamba la población tiene acceso a transporte público (Tambo Expres) (Gad cantonal, 2020). La ruta que cubre este transporte es solo uno por la mañana de 6:30 am, que pasa por la carretera principal de los sectores Tunaspamba, Ana María, Chuichun Centro y Chuichun Quesera, y retorna en la tarde las 6:00 pm cubriendo el mismo trayecto, principalmente este transporte es utilizado por estudiantes que realizan sus estudios en la cabecera cantonal y la provincia Cañar. Generalmente las personas deben caminar hasta la vía panamericana para poder moverse a otras ciudades.

Tabla 7-4: Lista de buses para la movilización de la comunidad

Tipo de transporte	Ruta	Precio
Tambo Expres	Charcay-Chuichun	0,75 ctvs.
	Chuichun-Tambo	0,50 ctvs.
	Tambo-Cañar	0,50 ctvs.
Rutas Cañarís	Jabín-Ducur	0,75 ctvs.
	Ducur-Suscal	\$ 1,00
Hatun Cañar	Suscal-Zhud	0,50 ctvs.
Suscaleña	Zhud-Charcay	0,50 ctvs.
Culebrillas	Charcay- Chuichun	0, 50 ctvs.
	Chuichun-El Tambo	1,00
	El Tambo-Cañar	0,50 ctvs.

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.1.2.12 Comunicación

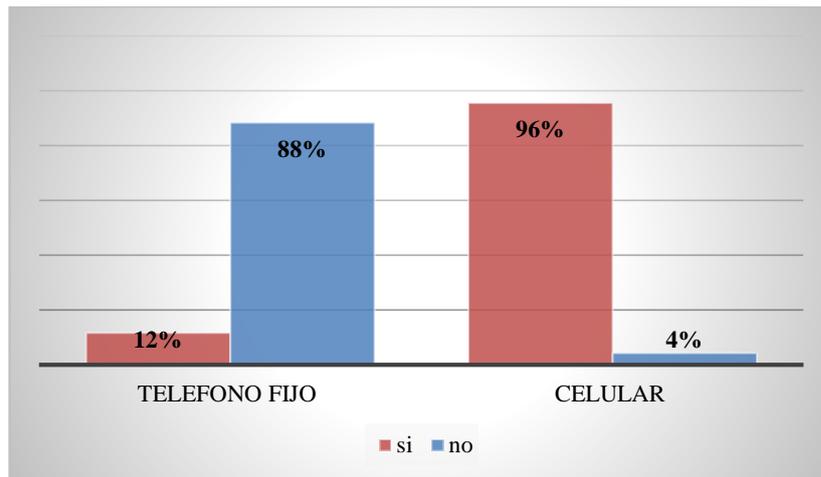


Gráfico 17-4. Tipos de telecomunicaciones

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

El servicio de la telefonía móvil o celular es el medio más usado en la zona, como se muestra la gráfica 14 con el 96% de familias utilizan este tipo de comunicación, además les facilita llevarlo a todas partes ya que es un servicio inalámbrico, Chuichun es una comunidad que tiene buena cobertura donde pueden utilizar cualquier tipo de operadora ya sea claro, movistar o cnt. Esta es la razón por lo que ha disminuido el servicio de telefonía fija, existe un porcentaje pequeño de 12% de las familias que conservan el teléfono fijo, sin embargo, no es muy utilizado.

4.1.3 *Ámbito ecológico*

4.1.3.1 *Condiciones climáticas*

- **Clima:** El clima de la comunidad se clasifica por dos zonas:
 - Zona templada:
 - Zona fría

La comunidad cuenta con una temporada un tanto caliente y ventoso entre el mes de mayo y agosto, pero entre los meses marzo y abril presentan días lluviosos.

- **Temperatura:** El intervalo de temperatura promedio anual más extendido en el territorio es el que corresponde a valores 8-10 °C. Sin embargo, las temperaturas van variando a medida que se va descendiendo de norte a sur la temperatura aumenta hasta alcanzar un rango máximo de 10 a 12 °C en los centros poblados como Chuichun.

4.1.3.2 Suelo

Presenta relieves montañosos por su pendiente elevada y ubicación geográfica presenta texturas de franco arcilloso de forma laminar fina, con suelo pardo oscuro, textura homogénea arcillo arenosa, moderadamente profundos, con pH ligeramente ácido a neutro (6.6-7), fertilidad alta ya que es un área húmeda, que son utilizados para la explotación agropecuaria, con prácticas de conservación de suelos (GAD El Tambo, 2020).

4.1.3.3 Uso actual del suelo

El terreno de la comunidad Chuichun tiene una superficie muy regular por la presencia de montañas a sus alrededores, sin embargo, cuenta con grandes áreas de planicies, la tierra es bastante fértil lo cual es utilizado para el desarrollo agropecuario de toda la comunidad que es una de las principales fuentes de desarrollo e ingreso para sus habitantes.

Sus suelos se distinguen ya que en algunas partes de las zonas de la comunidad presentan diferentes tipos de suelo como suelo arenoso, suelo arcilloso, suelo pedregoso, suelo mixto y mayormente tierra negra.

4.1.3.4 Descripción general de flora y fauna

- Inventario de fauna

Tabla 8-4: Inventario de animales domésticos

Nombre común	Nombre científico
Conejo	<i>Oryctolagus cuniculus</i>
Vaca	<i>Bos Taurus</i>
Cuy	<i>Cavia porcellus</i>
Borrego	<i>Ovisaries</i>
Cerdo	<i>Sus scrofa domesticus</i>
Burro	<i>Equusasinu</i>
Perro	<i>Canis lupus familiaris</i>
Gato	<i>Felis ylvestris catus</i>
Caballo	<i>Equuscaballus</i>
Mula	<i>Equusasinus</i>
Llama	<i>Llama glama</i>

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Tabla 9-4: Inventario de animales silvestres

Nombre común	Nombre científico	Familia	Genero	Estado de conservación
Lobo de páramo	<i>Lycalopex</i>	Cannidae	Lycalopex	Vulnerable
Venado de paramo	<i>Odocoileus virginianus ustus</i>	Cervidae	Odocoileus	Casi amenazada
Cóndor andino	<i>Vultur gryphus</i>	Cathartidae	Cathartiformes	En peligro
Perdiz	<i>Alectoris rufa</i>	Phasianidae	Alectoris	Preocupación menor
Zorrillo	<i>Conepatus semistriatus</i>	Mephitidae	Conepatus	Preocupación menor
Raposo	<i>Vulpes vulpes</i>	Cannidae	Vulpes	Preocupación menor
Puerco espin	<i>Coendou rufescens</i>	Erethizontidae	Rodentia	Preocupación menor
Conejo de monte	<i>Sylvilagus cunicularius</i>	Leporidae	Lagomorpha	No evaluada
Cuy de monte	<i>Cavia patzelti</i>	<u>Caviidae</u>	Rodentia	Preocupación menor

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Tabla 10-4: Inventario de flora

Nombre común	Nombre científico	Familia	Género
Manzanilla	<i>Chamaemelum nobile</i>	Asteraceae	Chamaemelum
Menta	<i>Mentha piperita</i>	Lamiaceae	Mentha
Toronjil	<i>Melissa officinalis</i>		Melissa
Romero	<i>Rosmarinus officinalis</i>		Rosmarinus
Cedrón	<i>Aloysia citrodora</i>	Verbenaceae	<u>Aloysia</u>
Pino	<i>Pinus patula</i>	Pinaceae	Pinus
Eucalipto	<i>Eucalyptus globulus</i>	<u>Myrtaceae</u>	Eucalyptus
Árbol de papel	<i>Polylepis reticulata</i>	Rosaceae	Polylepis
Arrayan	<i>Luma apiculata</i>	Myrtaceae	Luma
Capulí	<i>Prunus serotina</i>	Rosaceae	Prunus
Mora	<i>Rubus ulmifolius</i>		Rubus
Chamburo	<i>Vasconcellea pubescens</i>	Caricaceae	Brassicales
Taxo	<i>Passiflora tarminiana</i>	Pasifloreacea	Passiflora
Puma-maqui	<i>Oreopanax capitata</i>		Oreopanax
Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>	Amaranthaceae	Chenopodium
Amaranto	<i>Amaranthus cruentus</i>		Amaranthus
Ortiga negra	<i>Urtica dioica</i>	Urticaceae	Urtica
Melloco	<i>Ullucus ullucus</i>	Basellaceae	Ullucus

Haba	<i>Vicia faba</i>	Fabáceae	Vicia
Fréjol	<i>Phaseolus vulgaris</i>		Phaseolus
Trigo	<i>Triticum spp</i>	Poaceae	Triticum
Cebada	<i>Hordeum vulgare</i>		Hordeum
Maiz	<i>Zea mays</i>		Zea
Papa	<i>Solanum tuberosum</i>	Solanácea	Solanum

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

En consecuencia de las condiciones climáticas existentes en el territorio, existe una variedad de flora que contribuye al desarrollo económico de la población a través de la comercialización de productos como; papa (*solanum tuberosum*), maíz (*zea mays*), cebada (*hordeum vulgare*), trigo (*triticum spp*), alverja (*pisum sativum*), pero también existen plantas para uso medicinal como toronjil (*melissa officinalis*), menta (*mentha piperita*) que en muchos casos también son comercializados en el mercado de la cabecera cantonal.

4.1.3.5 Hidrología

El territorio de la comunidad se encuentra bañada por conjunto de corrientes de agua, estacionales o permanentes que abastecen la microcuenca del Río San Antonio, cubre al territorio en un 36 % (2.353 ha.), la misma que facilita el desarrollo del mismo y ayuda a la producción agrícola de zona, su principal captación o vertiente está en las zonas altas del páramo la Laguna de Culebrillas rico en el preciado líquido vital, lamentablemente en las últimas décadas por las extensiones agrícolas y el cultivo de plantas de especies exóticas principalmente el pino ha causado el decrecimiento de las corrientes de agua.

Esta afluencia de la microcuenca del Río San Antonio es la más importante del territorio. Luego le sigue la microcuenca que abastece al Río Cañar con el 25 % del territorio es decir 1.649 ha. La microcuenca de la Quebrada de Cushcurrún posee una cobertura de abastecimiento del 23 % con 1.518 ha, por último, la microcuenca del Río Silante con una extensión de 1063 ha., que corresponde al 16 % (GAD cantonal, 2020).

4.1.3.6 Problemas ambientales

En la comunidad el mayor problema que se ha identificado es causado por el hombre ya que es una zona rural donde los habitantes utilizan insecticidas y fungicidas para obtener una buena producción. Además, la comunidad no cuenta con tachos de basura esto ha causado que los moradores tiren la basura en las vías, provocando que los animales puedan digerir la basura que

es llevada con el viento a los potreros. Estos problemas mencionados ponen en riesgo la calidad del suelo, aire y del agua, incluyendo puede ser afectada en la salud de los mismos habitantes.

4.1.4 *Ámbito económico productivo*

4.1.4.1 *Agropecuaria*

La principal actividad económica que tiene la comunidad es la agricultura y ganadería en la cual se ha convertido en una de las zonas poseedoras de un desarrollo agrícola y ganadero muy amplio, donde aprovechan las características climáticas, se cultivan gran cantidad de productos vegetales alimenticios, hortalizas y plantas medicinales. Los suelos son ricos y se debe sembrar por temporadas de acuerdo al clima que se presente, esto permite la adaptación de diferentes productos con una alta productividad, entre los productos de mayor producción se tiene: papas, maíz, cebada, trigo, arveja, frejol, habas, zambo, hortalizas (zanahoria, lechugas, coles, acelga, cebolla, cilantro), pastos, alfalfa, entre otros; plantas medicinales como: manzanilla, menta, zarcillo, romero, ruda, sábila entre otros. En esta zona también se crían animales como: vacunos, ovinos, porcinos, caprinos, especies menores (cuy, conejo, gallinas, patos) entre otros animales domésticos, un 15,4% de la población se dedican a la crianza de vacunos, con fines de producción lechera. La comercialización de estos productos se ha convertido en la principal fuente de ingreso para las familias de la comunidad, su conocimiento y las actividades que realizan se transforman en un gran potencial dándole un enfoque turístico.

4.1.4.2 *Desarrollo actual del turismo en la zona*

Actualmente en el territorio no cuentan con actividades turísticas, sin embargo, ha tenido intervención por parte de organizaciones como el Ministerio de Ambiente (MAE) y Gad cantonal. La zona cuenta con recursos naturales como culturales y una infraestructura parcialmente buena, pero no existe una planta turística que ayude al desarrollo del turismo.

4.1.4.3 *Participación o interés de la población en el desarrollo turístico*

De los 8 sectores que conforma la comunidad Chuichun se ha identificado que solo en el sector Bola Loma se muestran interesados en impulsar el eje de turismo comunitario donde incluya actividades turísticas para el desarrollo sostenible, mientras que los demás habitantes de los otros sectores no cooperan, ya que se dice que el benéfico es solo para el sector y no para toda la comunidad. En este sector mencionado no existen habitantes, sin embargo, existe un grupo de personas del proyecto de riego Bola Loma que se encuentra conformados por 45 socios de los

distintos sectores de la comunidad Chuichun , de las cuales 38 se encuentran activos, son los que desean tomar la iniciativa en el turismo, porque el sector cuenta con recursos naturales y culturales que deben ser aprovechados para el desarrollo del turismo, cabe recalcar que en otros sectores existen también los recursos para el aprovechamiento de los mismo en beneficio de la comunidad.

Tabla 11-4: Socios de proyecto riego Bola Loma

Número	Nombre	Gènero	Sector
1	Acero Pedro	Masculino	Tunaspamba
2	Acero Rosa	Femenino	Tunaspamba
3	Allaico Ancelmo	Masculino	Tunaspamba
4	Alvarez Julio	Masculino	Tunaspamba
5	Angamarca José	Masculino	Ana Maria alto
6	Angamarca Maria	Femenino	Bola Loma
7	Balboa Aurora	Femenino	Chuichun Centro
8	Balboa Manuel	Masculino	Chuichun Centro
9	Balboa Santos Nicolás	Masculino	Tunaspamba
10	Caguana Ana	Femenino	Chuichun Centro
11	Calva Daniel	Masculino	Ana Maria bajo
12	Chimborazo Lucinda	Femenino	Tunaspamba
13	Chimborazo Pedro	Masculino	Ana Maria alto
14	Choro Manuel	Masculino	Chuichun Centro
15	Duchi Guamán Zoila	Femenino	Molinopungo
16	Encalada Fredy	Masculino	Tunaspamba
17	Granda Nicolás	Masculino	Ana Maria alto
18	Guamán Frutos	Masculino	Molinopungo
19	Guamán Josefina	Femenino	Molinopungo
20	Guamán Manuel	Masculino	Chuichun Centro
21	Guamán Teresa	Femenino	Tunaspamba
22	Lema José	Masculino	Chuichun Centro
23	Mainato Dolores	Femenino	Sarapamba
24	Mainato José	Masculino	Tunaspamba
25	Mainato Ortencia	Femenino	Sarapamba
26	Mainato Rosa	Femenino	Sarapamba
27	Mainato Teodoro	Masculino	Tunaspamba
28	Martínez Manuel	Masculino	Bola Loma
29	Nivelo Maria	Femenino	Sarapamba
30	Pichizaca Baltazar	Masculino	Tunaspamba
31	Pichizaca Bautista	Masculino	Tunaspamba
32	Pichizaca Fabian	Masculino	Bola Loma
33	Pichizaca Francisco	Masculino	Sarapamba

34	Pichizaca Mesias	Masculino	Tunaspamba
35	Pichizaca Nicolás	Masculino	Tunaspamba
36	Pichizaca Rafael	Masculino	Chuichun Quesera
37	Pichizaca Timoteo	Masculino	Tunaspamba
38	Pinguil Manuel	Masculino	Ana Maria bajo
39	Quinde Zoila	Femenino	Bola Loma
40	Simbaina Luis	Masculino	Sarapamba
41	Simbaina Santos	Masculino	Sarapamba
42	Velásquez Mesías	Masculino	Bola Loma
43	Verdugo Alicia	Femenino	Sarapamba
44	Verdugo Ramon	Masculino	Sarapamba
45	Yupa Francisco	Masculino	Chuichun Centro

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

De acuerdo con las encuestas se logró identificar que en la comunidad existen personas que tienen habilidades en realizar artesanías de distintos tipos, las mismas que serán tomadas en cuenta para la estructuración de los paquetes.

- Artesanías

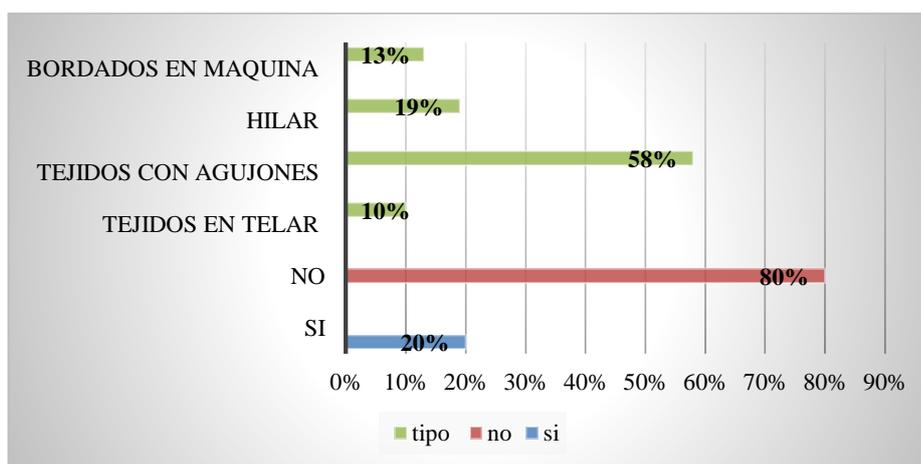


Gráfico 18-4. Tipos de artesanía

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Como se muestra en la gráfica 18-4, con un porcentaje aceptable 20%, realizan artesanías un total de 62 familias, donde se puede evidenciar que realizan cuatro tipos de artesanías, las cuales son: tejidos con agujones un 58%, hilar la lana de borrego un 19%, bordados en máquinas un 13% y tejidos en telares un 10%. Por ello las personas de la comunidad puede fabricar bufandas, chompas, blusas, polleras, cushma, chumbi, entre otras artesanías, sin embargo las personas que saben hilar para poder realizar cobijas, polleras, kuallkarina entre otros productos que son derivados de la lana de oveja deben mandar a realizar en otros lugares ya que ellos solo realizan la parte del hilado y mandar listo para que lo transformen en dichos productos mencionados. La

elaboración de artesanías (tejidos con agujones, hilado con la lana de borrego, prendas de vestir realizados en telares y máquinas de bordado) especialmente las mujeres, ya que ellas aportan a la economía del hogar vendiendo las prendas realizadas.

4.1.5 *Ámbito político administrativo*

4.1.5.1 *Administración interna*

➤ Junta comunitaria

Debido a que la comunidad es extensa, la zona se encuentra organizada de manera sectorial ya que cuenta con 8 sectores, cada uno tiene su propia directiva, debido a los diferentes intereses de cada sector presente y por la distribución inequitativa del presupuesto, sin embargo existe un presidente general el Sr. Raúl Huerta que representa a toda la comunidad en eventos importantes con el Gad cantonal. Cada sector está representado de la siguiente manera.

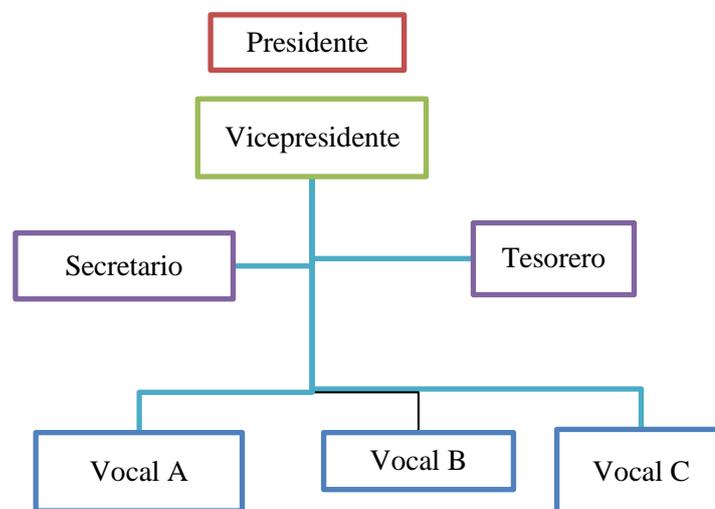


Figura 5-4. Organización Administrativa de los sectores de la comunidad

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.1.5.2 *Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico*

El MAE ha intervenido con la implementación de un letrero en la laguna del sector Bola Loma, por parte del Gad cantonal se realizó una donación económica para la construcción de la casa comunal y la participación de los socios de riego Bola Loma, los mismo que realizaron mingas para construirla.

4.1.5.3 Instituciones que trabajan en la zona

En la actualidad no existen ningún tipo de ayuda de las instituciones, sin embargo, hace 5 años atrás el presidente de sector Bola Loma Don Venancio, realizo gestiones para dar inicio con el turismo en la cual fue respondido por parte del Gad cantonal en la cual ofrecieron implementar canoas en la laguna del mismo sector, pero hasta el momento no se ha ejecutado dicha donación.

4.2 Estudio del mercado

4.2.1 Análisis de oferta

4.2.1.1 Análisis de la Oferta actual

Con la colaboración de los pobladores de la comunidad en los talleres participativos y salidas al campo, se pudo recolectar información sobre los atractivos culturales y naturales que existen en la comunidad.

- Atractivos y actividades

Tabla 12-4: Resumen del inventario de atractivos naturales y culturales

N.º	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación			
						Parroquia/comunidad	Lati. (UTM)	Long. (UMT)	Alti. (msnm)
1	Mirador Bola Loma	Sitio natural	Montañas	Baja montaña	I	El Tambo/ Chuichun	-2.51576	-78.96214	2750
2	Mirador Mira	Sitio natural	Montañas	Media montaña	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50845	-78.97556	3041
3	Cueva Mama Bola Loma	Sitio natural	Fenómenos espeleológicos	Cueva	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50741	-78.97140	2933
4	Cascada muelle	Sitio natural	Ríos	Cascada	I	El Tambo/ Chuichun	-2.49825	-78.96662	2694
5	Laguna Bola Loma	Sitio Natural	Ambientes lacustres	Laguna	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50999	-78.97618	3044
6	Ishkay Yaku	Sitio natural	Ríos	Rio	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50643	-78.98651	2335
7	Apuk Wasi	Sitio natural	Ambientes lacustres	Poza	II	El Tambo/ Chuichun	-2.51643	-78.95288	2869
8	Papas con cuy	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
9	Ají de pepa de zambo	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
10	Tortilla de trigo	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
11	Taita carnaval	Manifestación cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
12	Tashno	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051

13	Machica	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Gastronomía	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
14	Arado con yuntas	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Técnicas y saberes productivos tradicionales	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
15	Etnografía	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Pueblo y/o nacionalidad (etnografía)	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
16	Ritual chakana	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Medicina ancestral	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051
17	Hilado con lana de oveja	Manifestación cultural	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	I	El Tambo/ Chuichun	-2.50987	-78.97562	3051

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Cabe mencionar que el atractivo Paukar Raymi no se incluirá dentro del paquete ya que esta fiesta solo se realiza una vez al año, sin embargo los turistas que visiten la comunidad Chuichun en el mes de mayo podrán apreciar como los pobladores de la comunidad festejan en honor a la Virgen Dolorosa y a finales de febrero e inicios de marzo podrá formar parte de las festividades carnavaleras, ya que es una tradición única que festejan por tres días.

- Infraestructura

Según el análisis del diagnóstico situacional en la zona si existe infraestructura, ya que poseen agua para consumo humano excepto en el sector Bola Loma tabla 3-4, cuentan con energía eléctrica en toda la comunidad y no posee transporte, sin embargo, por la vía panamericana, circulan buses cantonales y provinciales, además existe una vía asfaltada de 15km desde la entrada de la Quesera Chuichun hasta Chuichun Centro, a partir de ahí existen vías de segundo orden. Se puede contratar busetas, camionetas o taxis para llegar a los atractivos.

- Planta turística

La comunidad Chuichun no cuenta con hospedaje, alimentación, guías y agencias de viajes, por ello en el cantón El Tambo el pueblo más cercano existe servicios turísticos.

- Superestructura

Don Venancio manifestó que ha existido una intervención por parte del sector público: Ministerio de ambiente (MA), el Gad cantonal y sector comunitario los socios de riego Bola Loma.

4.2.1.2 Análisis Oferta complementaria

En la comunidad Chuichun en la actualidad no cuentan con establecimientos que presten servicios requeridos en la demanda, por tal razón se determinó que los establecimientos que presten servicios de hospedaje, alimentación, guianza y transporte en el cantón El Tambo, se convierten en la oferta complementaria del producto a ser ofertado.

Tabla 13-4: Establecimientos complementarios del cantón El Tambo - Alojamiento

Clasificación	Categoría	Total de empleados	Total de habitaciones	Total de camas	Total de mesas	Plaza	
						camas	mesas
Hostal	Una estrella	3	19	30	0	30	0
	Dos estrellas	2	10	19	0	19	0
		2	19	43	0	43	0
Hostería	Segunda	6	14	21	27	33	108
	Tres estrellas	2	20	50	0	52	0

Hotel	Dos estrellas	2	16	26	0	26	0
--------------	---------------	---	----	----	---	----	---

Fuente: (Consolidado Nacional [CN, 2021])

Tabla 14-4: Establecimientos complementarios del cantón El Tambo - Alimentación

Clasificación	Categoría	Total de empleados	Total de mesas	Plaza
Restaurante	Tercera	2	10	40
	Tercera	2	10	40

Fuente: (Consolidado Nacional [CN, 2021])

Tabla 15-4: Establecimientos complementarios del cantón El Tambo - Transporte

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Total de empleados	Número de vehículos
Transporte terrestre	TRASFERTAMBO TOURS	Servicio de transporte terrestre turístico.	1	7
	TRAVELTRANSFERTOURS CIA LTDA		1	6
	PALADIN TOURS		1	3

Fuente: (Consolidado Nacional [CN, 2021])

Tabla 16-4: Establecimiento complementario del cantón El Tambo - Operadora

Clasificación	Nombre comercial	Categoría	Total de empleados
Operador turístico	KUICH TA-TAN	Operador turístico	1

Fuente: (Consolidado Nacional [CN, 2021])

Tabla 17-4: Guía complementario del cantón El Tambo

Clasificación	Nombre	Idioma	Nacionalidad
Guía Local	Pizha Loja María Petrona	Español	Ecuatoriana

Fuente: (Consolidado Nacional [CN, 2021])

Según los datos del catastro de los servicios turísticos facilitados por el MINTUR, se pudo identificar que en el cantón El Tambo existen establecimientos prestadores de servicios turísticos de distintas categorías y que se ajustan a la capacidad de gasto de los turistas nacionales. Por tanto, El Tambo cuenta con:

- Seis establecimientos de alojamiento con un total de 98 habitaciones, con 203 plazas.

- Dos establecimientos de alimentación, con un total de 20 mesas, con 80 plazas.
- Tres empresas de transporte turístico, con un total de 16 vehículos.
- Una agencia de viajes y un guía local.

4.2.1.3 Análisis Oferta sustitutiva

La comunidad Chuichun se enfrenta a una agencia de viajes KUICH TA-TAN que se encuentran ubicada en el centro cantonal y a las comunidades Sisid Anejo y Caguana que desarrollan el turismo comunitario, los mismos que tienen paquetes elaborados.

Tabla 18-4: Análisis de competidores

Lugar	Tipo	Servicio que oferta	Medios de publicidad	Visitas de turistas nacionales año 2020
Comunidad Caguana	Turismo comunitario	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alojamiento ➤ Alimentos y bebidas ➤ Guianza ➤ Recreación ➤ Caminatas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Redes sociales (Facebook, YouTube e Instagram) 	43
Comunidad Sisid Anejo	Turismo comunitario	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alojamiento ➤ Alimentos y bebidas ➤ Guianza ➤ Noche cultural ➤ Recreación ➤ Caminatas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Redes sociales (Facebook, YouTube e Instagram) 	56
El Tambo	KUICH TA-TAN Operadora	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alojamiento ➤ Alimentos y bebidas ➤ Guianza ➤ Transporte ➤ Recreación ➤ Esparcimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Redes sociales (Facebook, YouTube e Instagram) ➤ Afiches ➤ Folletos ➤ Volantes 	67
Total				166

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.2.2 Análisis de demanda

4.2.2.1 Universo de estudio

Chuichun es un área no desarrollada en el ámbito turístico, por ende, no existen datos sobre la demanda de los visitantes en dicha comunidad, por tal razón se procedió a aplicar una encuesta de preguntas cerradas (Anexo B) que permitió determinar el perfil de los turistas que visitan la

provincia Cañar, específicamente en el Complejo Arqueológico Ingapirca ubicada en la parroquia Ingapirca.

Las encuestas fueron aplicadas a los turistas nacionales ya que actualmente no existe demanda extranjera por la pandemia COVID 19 que se vive a nivel mundial, la mayoría de los visitantes son nacionales, por ello se trabajó con esta demanda.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula matemática para poblaciones finitas, con un margen de error 5% y con un nivel de confianza del 95% que equivale al 1,96 con datos de flujo turístico de Ingapirca del año 2020 que fueron 29.312 turistas. De lo cual se obtuvo como resultado que se debe encuestar a 379 visitantes dentro del Complejo Arqueológico.

4.2.2.2 Análisis de la encuesta (demanda nacional)

- Procedencia de los turistas

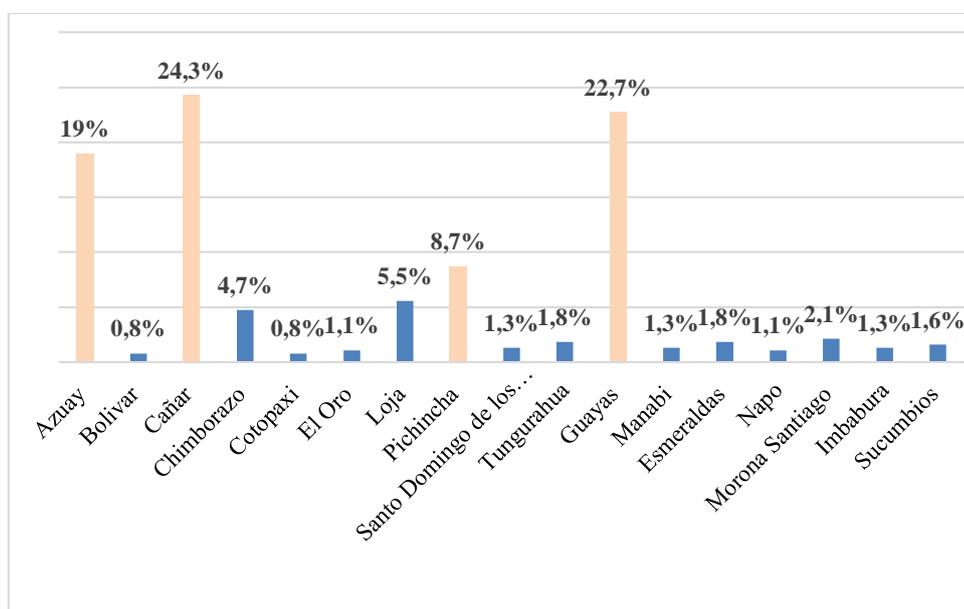


Gráfico 19-4. Turistas nacionales por provincias

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede observar que la mayor cantidad de turistas provienen de dos provincias, que es Cañar, a la cual pertenece a Ingapirca con un 24,3% de los distintos cantones como: Azogues, Biblián, El Tambo y La Troncal y un 22,7% de la provincia de Guayas entre estas provincias existe una mínima diferencia de turistas, seguida de ellas se encuentra la provincia Azuay 19% y por último con un porcentaje considerable del 8,7% la

provincia Pichincha. Según estos datos se puede identificar que los turistas que más visitan el complejo son de las tres ciudades más importantes del Ecuador.

- Género

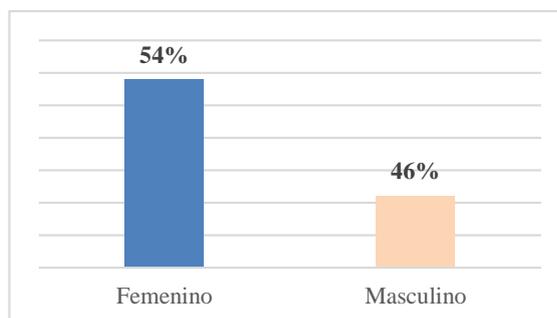


Gráfico 20-4. Género de los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Según los datos obtenidos de la encuesta, los pobladores mayormente manifiestan pertenecer al género femenino con 54%, dándonos a conocer que las mujeres son las que más visitan el lugar turístico, sin embargo, no existe una gran diferencia con el género masculino 46%, por tal razón para la conformación de los paquetes se considerara para ambos segmentos de población.

- Estado civil

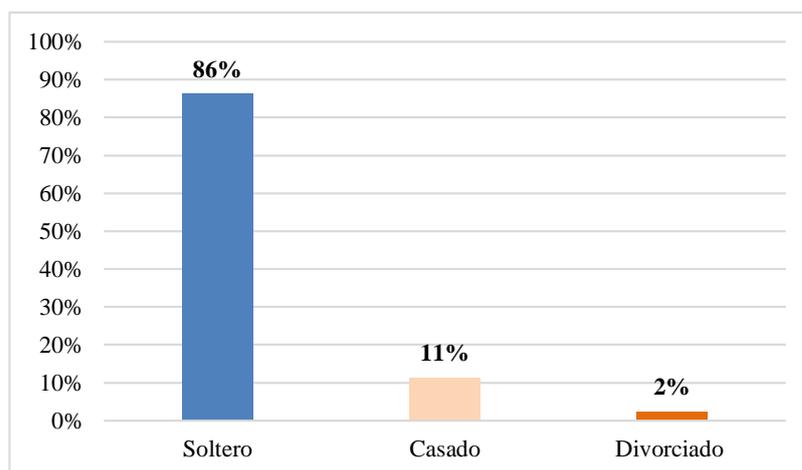


Gráfico 21-4. Estado civil de los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Con un porcentaje mayoritaria del 86% de los turistas que visitan el Complejo son solteros, mientras que, con el porcentaje minoritario 2% recae a los turistas solteros. Ya que, existe una demanda alta de turistas solteros se puede decir que ellos viajan solos o con grupo de amigos la cual, se tomará en cuenta al momento de estructurar los paquetes turísticos para mayor comodidad del visitante.

- Edad

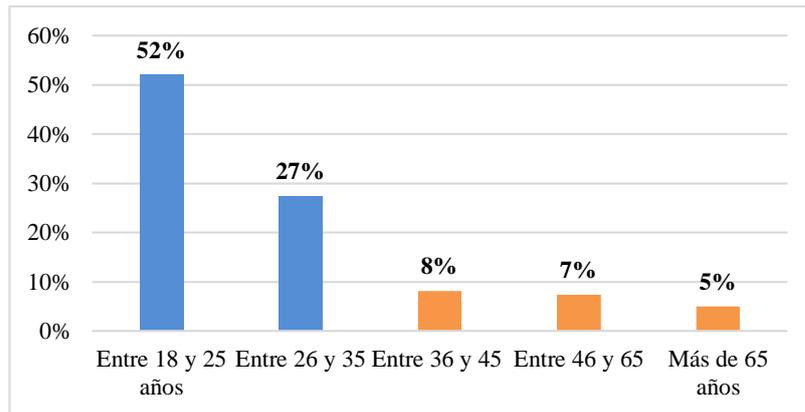


Gráfico 22-4. Rango de edades de los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Según la gráfica 22-4 la edad de los turistas con mayor porcentaje (52%) está dentro de un rango entre 18 a 25 años, seguidamente 27% por los turistas entre los 26 y 35 años que pertenecen a los jóvenes adultos. Los paquetes estarán diseñados para los turistas que se encuentre entre el rango de edad de 18 hasta 35 años, sin embargo existen segmentos no tan importantes, pero sí significativos que abarca a partir de los 35 años en adelante.

- Nivel de educación

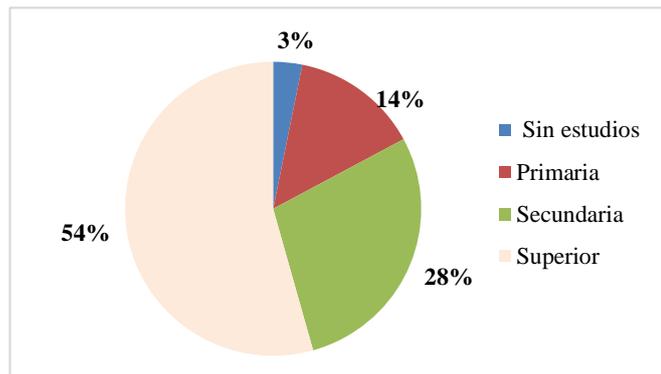


Gráfico 23-4. Nivel de educación de los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

La gran parte de los procedentes pertenecen a nivel superior con el 54%, seguido de turistas de nivel secundario que representa el 28%. Esto indica que los posibles compradores del producto a ofertar son turistas que han tenido accesos a estudios.

- Ocupación

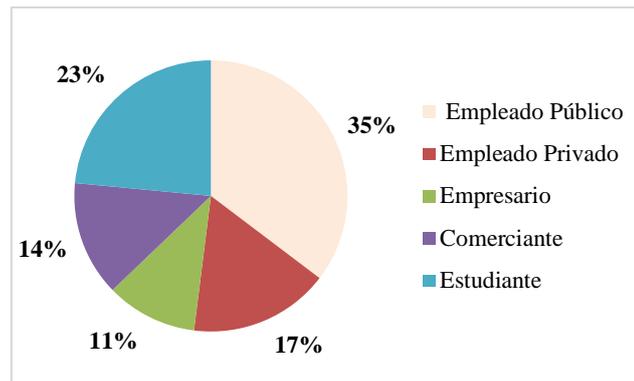


Gráfico 24-4. Tipos de ocupación de los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Como se puede observar la gráfica 24-4, la mayoría de los turistas señalaron ser empleados públicos que representa el 35% y el 23% manifestaron que son estudiantes y también revelaron ser empleados privados con el 17%. Según estos datos obtenidos indica que la capacidad de pago de gastos es recomendable para el producto, ya que trabajan en sectores públicos y privados los mismo que tendrán un sueldo admisible.

- Ingreso

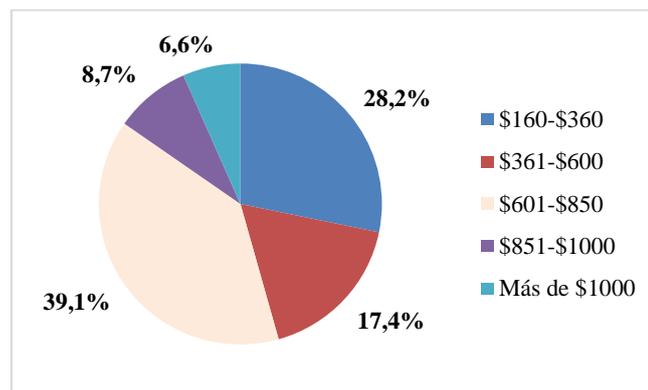


Gráfico 25-4. Ingresos económicos mensuales

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

El 39,1% de los turistas encuestados señalaron tener un ingreso económico mensual entre \$601 a \$850, seguido por personas que reciben un sueldo de \$160 a \$360 que representa el 28,2%, después se presentan ingresos de \$361 a \$600 con el 17,4%. Con estos resultados indica que gran porcentaje cuentan con ingresos económicos y tienen una estabilidad que pueden pagar los paquetes sin ningún problema.

- Motivo de viaje

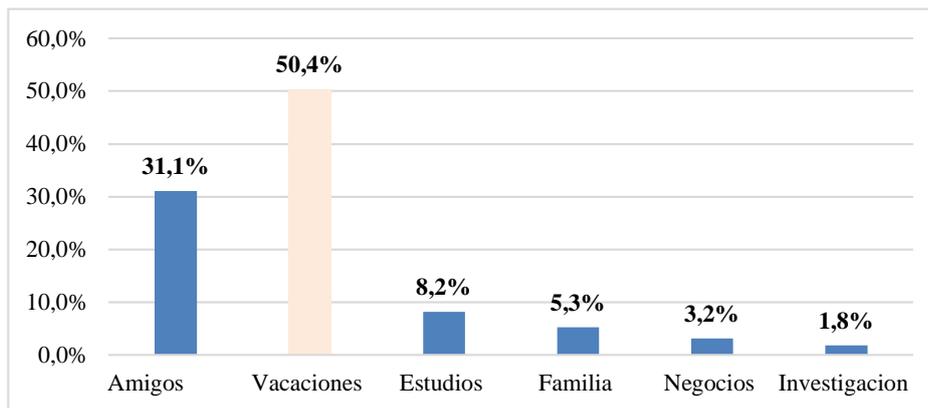


Gráfico 26-4. Motivación de viaje de los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Como se muestra en la gráfica 26-4, el mayor motivo de viaje por los turistas son vacaciones con el 50,4% y el 31,1% son aquellos visitantes que viajan por amigos, mientras que existe una mínima cantidad del 5,3% que viajan por visitas familiares. Mediante este resultado, se puede considerar que los turistas viajan para relajarse y descansar, el producto que se quiere ofertar podría ser de provecho para los mismos, debido a que cuentan con un tiempo para vivir nuevas experiencias.

- Información de los atractivos

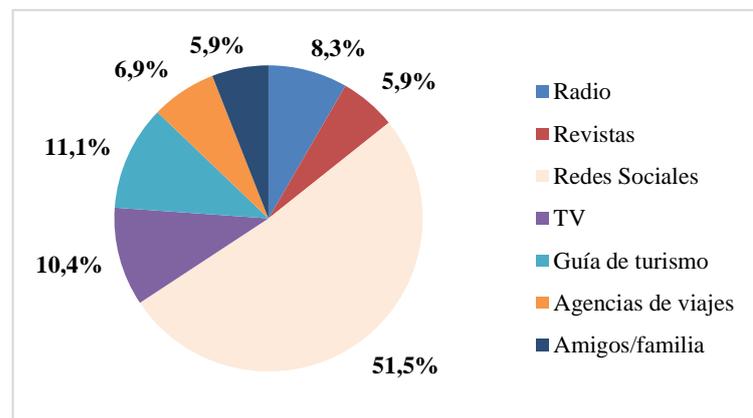


Gráfico 27-4. Medios de información de los atractivos

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

La mayoría 51.5% de los turistas encuestados se informan de los atractivos por medio de las redes sociales en los distintos sitios ya sea: Facebook, Instagram, YouTube entre otros sitios, luego con el 11,1% prefieren por guías turísticas, mientras que los otros medios se encuentran por debajo del 10% sin embargo es un porcentaje para considerar para la promoción del producto. De acuerdo

a los datos obtenidos los paquetes se difundirán y se promocionarán a través de los sitios web y los guías turísticos.

- Visita a la provincia Cañar

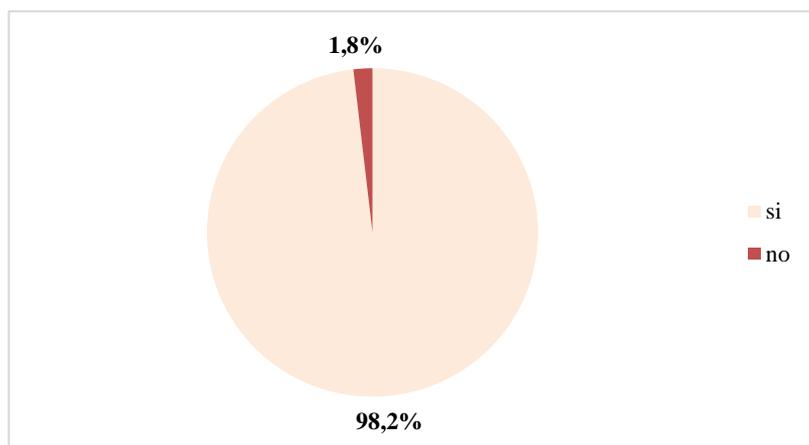


Gráfico 28-4. Aceptación de los turistas en conocer lugares turísticos de la provincia Cañar

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

El 98,2% de los turistas encuestados prefieren visitar lugares de la provincia, donde se pueda compartir experiencias de cultura, naturaleza y aventura y apenas un porcentaje mínimo 1,8% prefieren no visitar los lugares que ofrezcan las actividades mencionadas, lo que implica que la mayoría podrían adquirir el producto.

- Modalidad

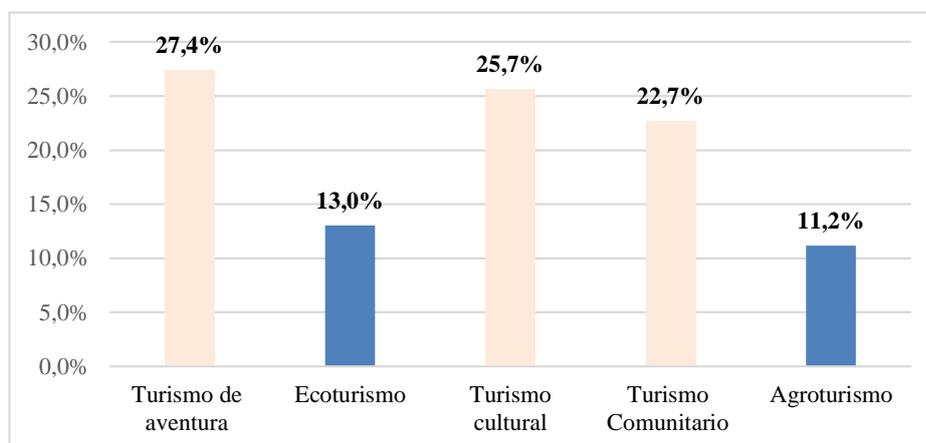


Gráfico 29-4. Modalidades de turismo preferidas por los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

En la gráfica 29-4 se muestra la preferencia de las modalidades de turismo, para el análisis respectivo sobre esta pregunta se tomó en cuenta que los encuestados podían elegir hasta dos opciones, en base a ello se tiene los siguientes resultados, las modalidades más requeridas son:

turismo de aventura el 27,4%, con el 25,7% prefieren realizar turismo cultural, el 22,7% de los turistas encuestados optan en hacer turismo comunitario. Estos resultados serán tomados en cuenta, cabe mencionar que la comunidad Chuichun cuenta con este tipo de modalidades para la estructuración de los paquetes.

- Visita a la comunidad Chuichun

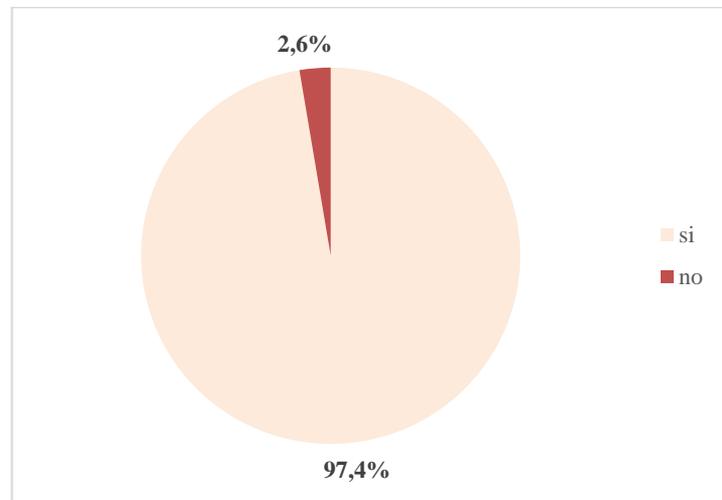


Gráfico 30-4. Aceptación de los turistas en conocer la comunidad

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Según la gráfica 30-4, el 97,4% de los turistas encuestados les interesa conocer la comunidad y sus productos turísticos que poseen para ofrecer a los visitantes, mientras que un mínimo porcentaje 2,6% de los turistas no desean conocer el lugar. De acuerdo a los resultados existiría una alta demanda de turistas que visitarían la comunidad.

- Actividades turísticas

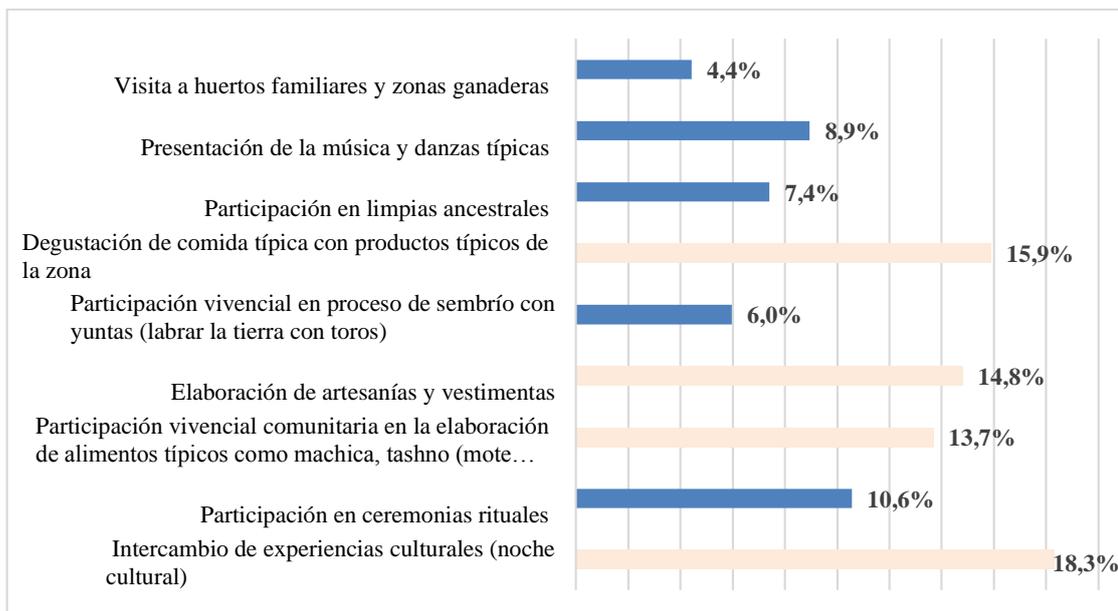


Gráfico 31-4. Preferencia de actividades turísticas de los turistas

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

De acuerdo a la gráfica 31-4, se muestra la preferencia de las actividades turísticas, para el análisis respectivo sobre esta pregunta se tomó en cuenta que los encuestados podían señalar hasta seis alternativas, por ello se tiene el siguiente resultado, todas las actividades turísticas enlistadas tienen un porcentaje considerable los mismos que serán tomados en cuenta para la estructuración de paquetes, sin embargo existen actividades que resaltan con mayor porcentaje, el 18.3% señalaron que les gusta la actividad del intercambio de experiencias culturales (noche cultural) 15,9% prefieren la degustación de la comida típica, seguido de la actividad de elaborar artesanías y vestimentas con el 14,8%, y un 13,7% manifiestan que desean participar en la elaboración de alimentos típicos como la machica y tahsno (mote quemado).

- Servicios

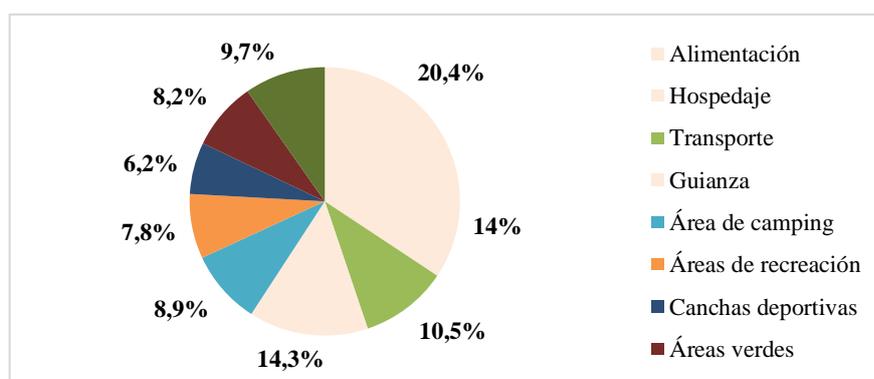


Gráfico 32-4. Servicios requeridos para el diseño de paquetes

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

En la gráfica 32-4 se muestra la preferencia de los servicios turísticos, para el análisis respectivo sobre esta pregunta se tomó en cuenta que los encuestados podían elegir hasta cuatro opciones, en base a ello se tiene los siguientes resultados, los servicios más requeridos son: el 20,4% señalaron que desean alimentación, con 14,3% prefieren que el paquete cuente con guías, seguido del 14% manifiestan que debe contar con hospedaje, el 10,5% desean que incluya el servicio de transporte, mientras que los otros servicios: área de camping, áreas de recreación, canchas deportivas, áreas verdes y senderos se encuentran en un porcentaje bajo. De acuerdo al resultado permite identificar qué servicios son más requeridos por los turistas para incluir dentro del paquete.

- Con quien viaja

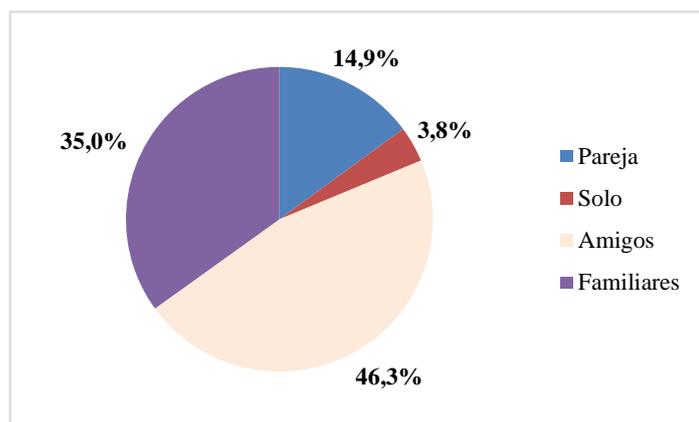


Gráfico 33-4. Compañía de viaje del turista

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Según los resultados obtenidos, los turistas al momento de realizar viajes por lo general viajan en compañía de alguien más por ello el 46,3% de los encuestados viajan con familias y un 35% con amigos, entre grupo mínimo de 2 personas y un máximo de 12 personas y un 3,8% lo realizan solos. Mediante estos resultados nos permitió determinar el número de turistas por pax dentro del paquete, además será de gran importancia al momento de pensar en el tipo de habitación para el alojamiento.

- Permanencia en la comunidad

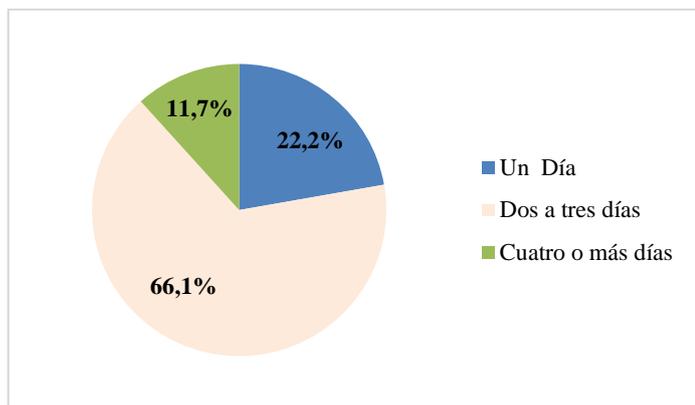


Gráfico 34-4. Tiempo de estadía en la comunidad

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Como se observa en la gráfica 34-4, señalaron que el tiempo que disponen para permanecer en la localidad es de dos a tres días con el 66,1%, mientras que el 22,2% prefieren pasar un solo día, además existe un segmento menor del 11,7% de los encuestados desean pasar de más de tres días en adelante. De acuerdo a los resultados se sabe para cuántos días debería estar elaborado los paquetes, por tal razón los dos paquetes están diseñados para dos días y una noche, ya que los turistas viajan por motivos de vacaciones, amigos y familia.

- Capacidad de pago

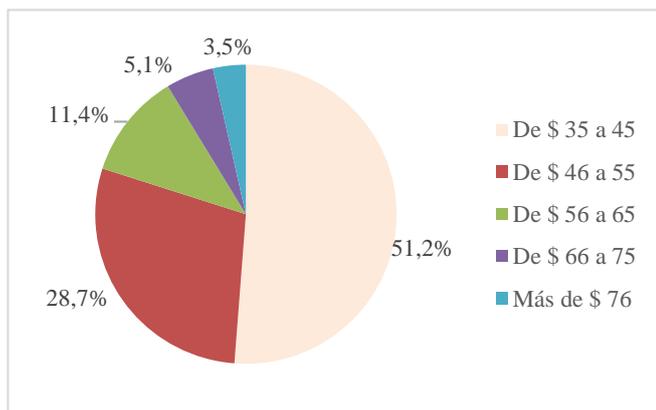


Gráfico 35-4. Disponibilidad de dinero para pago de los paquetes turísticos

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Como se muestra en la gráfica 35-4, el 51,2% manifiestan que el precio del producto debe estar entre \$35 a \$45, y un 3,5% de los encuestados manifestaron disponer más de \$76. Este resultado será de gran ayuda al momento de poner los precios a los paquetes diseñados.

4.2.2.3 *Perfil de los turistas*

Según los resultados obtenidos de las encuestas analizadas a los turistas que visitan el Complejo Arqueológico Ingapirca se determinó el siguiente perfil.

Proviene de las provincias: Cañar (24,3%), Guayas (22,7%) y Azuay (19%) principalmente, en su mayoría pertenecen al género femenino (54%), de estado civil soltero (86%), están dentro de rango de edad entre 18 y 25 años (52%), pertenecen a nivel de educación superior (54%), en su mayoría señalaron ser empleados públicos (35%), que tienen un ingreso mensual de \$601 a 850\$, su principal motivo de viaje es por vacaciones (50,4%).

Por los medios que mayormente se informan los turistas son las redes sociales (51,5%), les gustaría visitar lugares turísticos de la provincia Cañar, las modalidades más requeridas son: turismo de aventura (27,4%), turismo cultural (25,7%) y turismo comunitario (22,7%).

A los turistas les gustaría conocer la comunidad Chuichun (97,4%), las actividades que más les atraen se destacan: intercambio de experiencias culturales (noche cultural) (18,3%), degustación de la comida típica (15,9%), elaboración de artesanías y vestimentas (14,8%) y en la elaboración de alimentos típicos como la machica y tashno (mote quemado).

Los servicios requeridos por los turistas son: alimentación (20,4%), guianza (14,3%), hospedaje (14%) y transporte (10,5%), viajan en compañía de amigos y familiares (81,3%), para realizar estas actividades prefieren paquetes diseñados (93%), disponen de dos a tres días (66,1%) y están dispuestos a pagar por un paquete turístico por persona y por día (incluido: alimentación, guianza, hospedaje y transporte) de \$35 a \$45 (51,2%).

4.2.2.4 *Proyección de la demanda*

Para este análisis, se trabajó con la afluencia de los turistas que visitan el Complejo Arqueológico, según el departamento turístico para el año 2020 visitaron 29.312 turistas nacionales que equivale el 82%.

- **Demanda actual**

Se consideró el nivel de aceptación de turistas según las encuestas realizadas, que les gustaría visitar la comunidad para ello se realizó una multiplicación los datos de turistas del año 2020 por el porcentaje de aceptación de acuerdo con la encuesta.

Tabla 19-4: Determinación de la demanda actual

DP= 29.312*97%

DP= 28.433

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Este cálculo se realizó en base al resultado de aceptación de los turistas nacionales que fue el 97%

- Demanda potencial

Según la (Organización Mundial de Turismo [OMT, 2022]) el índice de incremento anual del turismo es el 4%, para que el proyecto no sea extremadamente ambicioso se trabajó con el dicho porcentaje, además es el mínimo porcentaje que se debe trabajar para productos nuevos. Con la utilización de la fórmula del incremento compuesto.

Donde:

$$C_o = c_n (1+i)^n$$

Co= año a proyectar (2021-2025)

Cn= Demanda actual (28.433 turistas nacionales)

i= índice de incremento turístico (4%)

n= el año a proyectarse (1-5)

Tabla 20-4: Cálculo de la demanda potencial

N-°	Año	Demanda potencial (C.A.I)
0	2020	28.433
1	2021	29.570
2	2022	30.753
3	2023	31.983
4	2024	33.263
5	2025	34.593

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Demanda insatisfecha

Se determinó como competencia actual a una operadora y dos comunidades que realizan el turismo comunitario tabla 17-4, debido a que ofrecen similares actividades y servicios, lo mismo que sumado los tres competidores equivale a 166 turistas nacionales, mediante estos datos de proyecta la oferta la oferta futura para los próximos 5 años. Para obtener la demanda insatisfecha se calculó mediante una resta entre la demanda potencial y competencia como se detalla a continuación.

Tabla 21-4: Cálculo de demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha (DI)= (Demanda potencial (DP)-Competencia (C))

DI= (368-108)

DI= 260

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Tabla 22-4: Cálculo de la demanda insatisfecha

N°	Año	Demanda Potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
0	2020	28433	166	28267
1	2021	29570	173	29397
2	2022	30753	187	30566
3	2023	31983	210	31773
4	2024	33262	246	33016
5	2025	34593	299	34294

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Demanda objetiva

Se pretende captar el 5% de la demanda insatisfecha, donde la comunidad pretende satisfacer a la demanda objetiva al 100% ya que podrán atenderlos con total tranquilidad por poca demanda que existirán ya que los servicios aún no se encuentran de todo listo por la poca demanda que estaría visitando podrán ir recolectando fondos para implementar una infraestructura más adecuado para los visitantes y que dentro de los próximos años puedan abastecer a más turistas.

Se calculó de la siguiente manera.

Tabla 23-4: Cálculo de la demanda objetiva

Demanda objetiva (DO)= (DI*Captación del mercado (5%))

DO=28.267*5%

DO=1413

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Tabla 24-4: Cálculo de la demanda objetiva

N°	Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
0	2020	28267	1413
1	2021	29397	1470
2	2022	30566	1528
3	2023	31773	1589
4	2024	33016	1651
5	2025	34294	1715

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Tabla 25-4: Demanda objetiva proyectada en tiempo

N°	Año	Anual	Semestral	Cuatrimstre	Trimestre	Mensual	Semanal	Día
0	2020	1413	707	471	353	118	29	4
1	2021	1470	735	490	367	122	31	4
2	2022	1528	764	509	382	127	32	4
3	2023	1589	794	530	397	132	33	4
4	2024	1651	825	550	413	138	34	5
5	2025	1715	857	572	429	143	36	5

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.3 Estructuración de diseños de paquetes turísticos

4.3.1 *Producto*

A través del inventario, los atractivos que se identificaron en la comunidad Chuichun, con un total de 16 recursos con potencial turístico de las cuales, 6 pertenecen a la categoría de Sitios Naturales, y 10 dentro de la categoría de Manifestaciones Culturales, como se puede observar en la tabla 11-4.

De acuerdo con el análisis de la demanda el perfil de los turistas nacionales se determinó lo siguiente: Las modalidades de turismo requeridos por los turistas nacionales es de aventura, cultural, turismo comunitario, ecoturismo finalmente agroturismo.

Para poder realizar los paquetes turísticos se tomó en cuenta que la comunidad Chuichun cuenta con más atractivos que están dentro de las Manifestaciones Culturales, por ello con el taller participativo se procuró encajar en las actividades diarias de la comunidad y en su cosmovisión andina, y se complementará con ciertos sitios naturales como: miradores, laguna, cascada y ríos, espacios adecuados para realizar actividades recreacionales, de aventura, cultura y educativas, donde los visitantes podrán maravillarse con la naturaleza que posee la comunidad.

Existe una casa comunal creada por materiales primarios como bareque, ladrillos crudos sin azar, teja, postes de madera, y caña seca, que se encuentra ubicada en la comunidad Chuichun sector Bola Loma, es un punto estratégico donde se quiere dar inicio al turismo comunitario. Este sitio ya cuenta con infraestructura distribuida de la siguiente manera: área de cocina, una sala de eventos, un baño y un cuarto donde se podría implementar el área de comedor. Por la ubicación geográfica en la que se encuentra a una altitud de 3044 msnm, los turistas pueden realizar diferentes actividades como: caminatas, observación de flora y fauna, conocer los atractivos en sus alrededores, presentación de danzas y música, deleitar comidas típicas entre otras atracciones y actividades que ofrece la comunidad.

Se elaboraron dos paquetes turísticos, en base al resultado del estudio de mercado, respondiendo a los requerimientos de los turistas.

4.3.2 *Elaboración de paquetes turísticos*

4.3.2.1 *Objetivo de las rutas*

Impulsar al desarrollo turístico en la comunidad Chuichun, con la estructuración de paquetes turísticos que motivarán a los turistas a conocer los distintos atractivos naturales y culturales, además de poder posicionarse dentro del mercado a nivel local, cantonal y provincial.

4.3.2.2 *Potencialidades de las rutas*

- Ruta natural y cultural (paquete N°1)

Atractivo	Actividades principales	Actividades complementarias
Laguna Bola Loma	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Caminata ➤ Paseo en canoas ➤ Observación de flora y fauna 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Interpretación ➤ Fotografía
Mirador Mira	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Historia ➤ Observación de las comunidades de la provincia cañar 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Caminata ➤ Fotografía
Ishkay Yaku	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Observación de fauna y flora ➤ Caminata 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fotografía
Hilado con lana de borrego	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Participación en el trasquilado de lana ➤ Elaboración de tejidos en lana de borrego ➤ Intervención de visitante en el hilado de la lana de borrego. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fotografía

Ritual Chakana	➤ Interpretación	➤ Fotografía
	➤	➤

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Ruta natural y cultural (paquete N°.2)

Atractivo	Actividades principales	Actividades complementarias
Mirador Bola Loma	➤ Interpretación ➤ Observación de fauna y flora ➤ Caminata	➤ Fotografía
Cueva Mama Bola Loma	➤ Interpretación	➤ Fotografía
Cascada muelle	➤ Caminata ➤ Baño	➤ Fotografía
Noche cultural	➤ Presentación de danzas y músicas ➤ Exhibición de las reliquias que posee la comunidad.	➤ Fotografía ➤ Caminata
Arado con yuntas	➤ Siembra de productos (maíz, papas, arvejas) ➤ Pampa mesa	➤ Fotografía
Apuk Wasi	➤ Pesca deportiva	➤ Caminata ➤ Fotografía

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Por otro lado, ya que los dos paquetes diseñados se requieren una gran cantidad de esfuerzo físico se ha considerado brindar servicio de alimentación tipo box lunch, en una estación específicamente el segundo día del paquete, ya que tienen una duración de dos días y una noche. Para el hospedaje del primer día se realizará mediante el camping por ende se cobrará del alquiler del equipo de camping de 4pax.

4.3.2.3 Estructuración técnica de los paquetes

- Paquete N°1

Denominación: Ruta Ishkay Yaku		
Código: RIY01	Modalidad: Turismo Natural Turismo Cultural	Estilo: Vivencial
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español-Kechwa	Duración: 2 días, 1 noche
Recorrido: El Tambo-Chuichun-El Tambo		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
	8:30	Concentración y salida del parque central del cantón El Tambo
	9:15	Llegada a la comunidad (sector Bola Loma) ✓ Charla introductoria, bienvenida ✓ Explicación e indicaciones sobre el itinerario

1	10:00	Ritual Chakana ✓ Acto que se realizará lado de la laguna bola loma ✓ Explicación del significado del ritual
	10:30	Participación en el proceso del hilado ✓ Elección de una oveja con lana madura ✓ Preparación de la oveja para el trasquilado ✓ Explicación del trasquilado de la lana ✓ Recolección de la lana de oveja ✓ Participación en la elaboración del wuango ✓ Observación en el proceso del hilado ✓ Obtención de las artesanías mediante de la lana
	12:30	Almuerzo ✓ Sopa de lenteja, papas y queso ✓ Arroz, carne de borrego a la parrilla, menestra de frejol y ensalada ✓ Jugo de avena ✓ Postre dulce de zambo
	13:30	Recorrido por la laguna Bola Loma ✓ Paseo en canoas ✓ Narración de la historia de la laguna ✓ Explicación sobre la flora y fauna existentes en la laguna
	14:15	Caminata para el mirador Mira ✓ Interpretación del mirador ✓ Explicación sobre la flora y fauna existentes
	15:00	Visita al artesano Don Ochoa ✓ Transporte ✓ Observación y explicación sobre el uso de los telares ✓ Participación en la elaboración de artesanías como chumbis, kushmas ✓ Explicación sobre la vestimenta que realizan en los telares
	17:00	Retorno a la casa comunal sector Bola Loma ✓ Transporte
	17:45	Instalación de carpas ✓ Explicación sobre el equipo de camping ✓ Armado de carpas
	19:00	Merienda ✓ Sopa de verduras ✓ Colada de avena
	20:00	Cuento de la Chungana ✓ Narración sobre el cuento ✓ Espacio para que los visitantes compartan leyendas y cuentos que hayan escuchado
	7:00	Desayuno ✓ Colada de machica con leche ✓ Huevos revueltos con verduras ✓ Jugo de frutas (mora, tomate, piña o papaya) ✓ Sándwich de higo con queso

2	8:00	Participación en la elaboración de tortillas de trigo ✓ Alistar los ingredientes (pepa de zambo, harina de trigo, dulce de agua, huevos). ✓ Mezcla de ingredientes ✓ Elaboración de tortillas ✓ Tostar en un tiesto
	9:30	Inicio de la ruta Ishka Yaku ✓ Interpretación de flora y fauna ✓ Observación de la cueva de cóndor ✓ Narración sobre Ishkay Yacu (unión de dos aguas)
	12:30	Almuerzo ✓ Pampa mesa (colocación de todo tipo de alimentos sobre manteles). ✓ Chicha
	13:30	Retorno a la casa comunal sector Bola Loma ✓ Caminata
	15:00	Box Lunch (tortilla de trigo con agua dulce)
	16:30	Llegada a la casa comunal sector Bola Loma ✓ Aplicación de encuestas de satisfacción
	17:00	Retorno al parque central del cantón El Tambo ✓ Despedida y agradecimiento por la visita

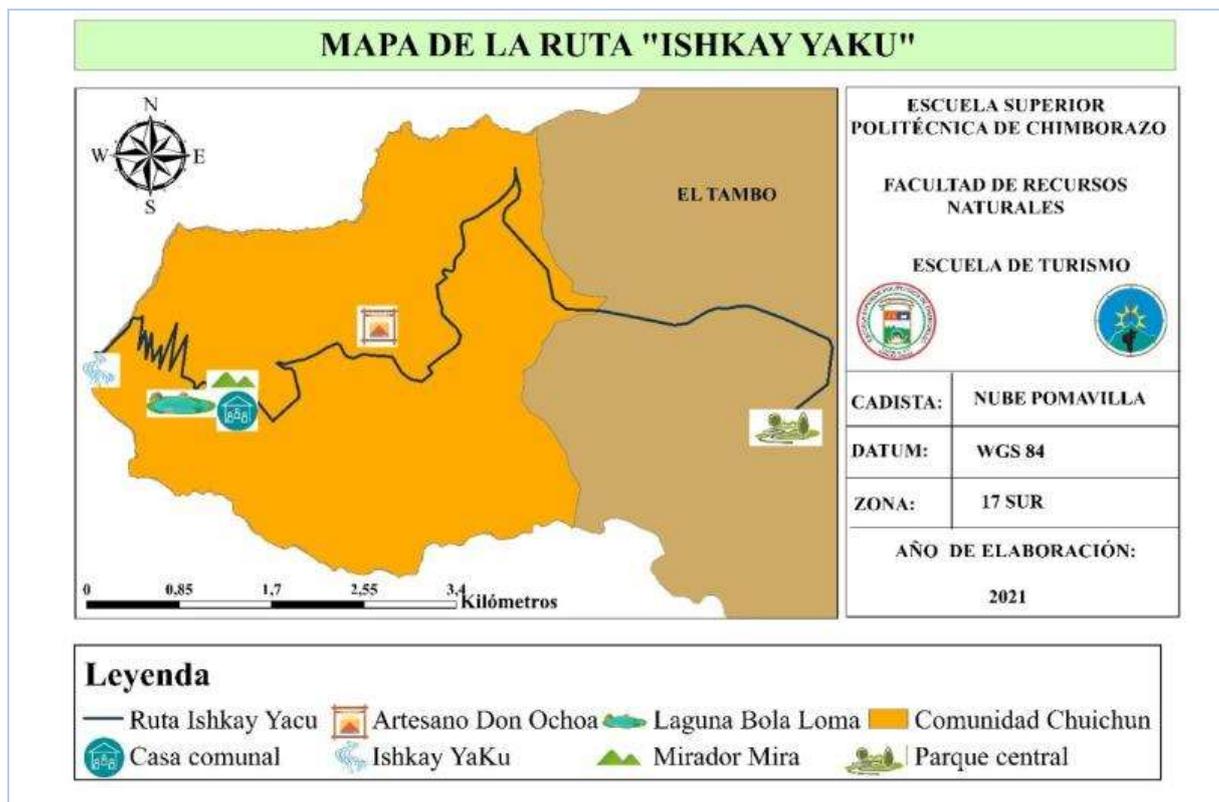
Itinerario comercial

Chuichun te espera venga, visite y forme parte de la cultura, costumbres y tradiciones, en donde formará parte de una aventura, en la cual podrá realizar un ritual de bienvenida es la forma de pedir permiso a la madre naturaleza para que reciba con un clima bueno, luego de formar participe de ello, usted podrá apreciar y formar participe de la misma en donde los pobladores les demostraran de cómo se obtiene la lana de borrego, para posterior a ello tizar y realizar el famoso guango, que las mujeres de pueblo cañarí los llevaban en todo momento, además podrán recorrer por la laguna Bola Loma y se contará la historia de cómo los pobladores de la localidad construyeron la laguna, en la misma se realizará un paseo en canoa, además de ello tendrá la oportunidad de observar la cosecha de los productos de la zona los mismo que serán preparados para el desayuno, almuerzo y merienda, realizara una caminata al mirador donde usted puede observar los diferentes comunidades que pertenecen a la provincia Cañar, además se contara las historia de Chungana. Al siguiente día usted convivirá con la población de la comunidad, donde adquirirá una experiencia única e inolvidable, en la elaboración de las tortillas de trigo y agua dulce la misma que será alistado como un cucayo para la caminata hacia Ishka Yaku, en este recorrido usted podrá apreciar un hermoso paisaje donde observará la flora y fauna, al momento del descanso podrán disgustar del delicioso tortilla de trigo, para finalizar el día se interpretara la historia de la construcción de la casa comunal Bola Loma.

Requerimientos de la Visita

- Documentos personales
- Ropa abrigada (guantes, gorra, bufanda, impermeable, calzado adecuado, botas de caucho)
- Implementos personales

<ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica • Bebidas hidratantes • Protector solar • Binoculares
Prohibiciones
<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas • Armas blancas y de fuego • Equipo de sonido
Normas de comportamiento
<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora y fauna • No destruir la infraestructura y materiales de la zona
Incluye
<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Hospedaje (equipo de camping) • Servicio de guianza • Servicio de Alimentos (1, desayuno, 2 almuerzo, 1 merienda y un box lunch) • Equipos y materiales para las actividades
No incluye
<ul style="list-style-type: none"> • Alimentos y bebidas extras • Suvenires • Gastos no especificados
Precios
<ul style="list-style-type: none"> • 4 Pax \$ 99 • 8 Pax \$ 66 • 12 Pax \$ 55
Fotografías
 
Mapa temático



Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Paquete N°2

Denominación: Ruta Bola Loma		
Código: RBL02	Modalidad: Turismo Natural Turismo Cultural	Estilo: Vivencial
Dificultad: Moderado	Idioma de guianza: Español-Kechwa	Duración: 2 días. 1 noche
Recorrido: El Tambo-Chuichun-El Tambo		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	8:30	Concentración y salida del parque central del cantón El Tambo
	9:15	Llegada a la comunidad (sector Bola Loma) ✓ Charla introductoria, bienvenida ✓ Explicación e indicaciones sobre el itinerario
	9:30	Arado con yuntas ✓ Preparación de yuntas ✓ Explicación sobre los materiales (arado, yugo, reja, clavija y chicote). ✓ Uncida de yuntas ✓ Explicación y practica sobre el manejo de las yuntas al momento de arar la tierra. ✓ Elección de semilla a sembrarse ya sea (papas, maíz, arvejas, trigo) de acuerdo con la época de sembrío de cada producto. ✓ Participación en la siembra del producto.
	13:30	Almuerzo ✓ Sopa de res con verduras ✓ Arroz, papas, cuy, ensalada y un vaso de chicha ✓ Chicha

		✓ Dulce de capulí
	14:30	Visita a los huertos familiares ✓ Transporte ✓ Observación del sembrío de distintos tipos de plantas medicinales, comestibles y madera ✓ Interpretación de los huertos.
	17:00	Instalación de carpas ✓ Explicación sobre el equipo de camping ✓ Armado de carpas
	18:30	Merienda ✓ Sopa de arroz cebada ✓ Colada de machica
	20:00	Noche cultural ✓ Interpretación del traje típico cañarí ✓ Presentación de danza de chilcapambeña ✓ Música Kuchunchi ✓ Presentación e interpretación de las reliquias culturales ✓ Molida de machica ✓ Cuento del Urku yaya
2	7:30	Desayuno ✓ Colada de machica con leche ✓ Huevos revueltos con verduras ✓ Jugo de frutas (mora, tomate, piña o papaya) ✓ Sándwich de higo con queso
	8:30	Ritual Chakana ✓ Acto que se realizará lado de la laguna bola loma ✓ Explicación del significado del ritual
	9: 00	Caminata al mirador Bola Loma ✓ Interpretación sobre la historia de la montaña ✓ Espacios para la interpretación de flora y fauna representativas del lugar.
	9: 30	Visita cueva de mama Bola Loma. ✓ Historia de la cueva
	10:00	Pesca deportiva ✓ La actividad se realizará en el pozo de Apuk Wasi ✓ Retorno a la casa comunal Bola Loma
	11:30	Recorrido por la laguna Bola Loma ✓ Paseo en canoas ✓ Narración de la historia de la laguna ✓ Explicación sobre la flora y fauna existentes en la laguna
	12.30	Caminata Mirador Mira ✓ Interpretación del mirador Mira ✓ Explicación sobre la flora y fauna existentes

13:00	<p>Almuerzo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sopa de habas con papas ✓ Arroz, menestra de lenteja, pescado y ensalada de choclo ✓ Jugo de frutas (mora, tomate, piña) ✓ Postre dulce de zambo
14:00	<p>Participación en la elaboración de tashno (mote quemado)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alistar los ingredientes (mote quemado, carne, pollo, verduras) ✓ Elaboración del monte quemado y el refrito de la carne de res o pollo
15:00	<p>Visita a la cascada Muelle</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de flora y fauna ✓ Interpretación de la cascada ✓ Se puede bañarse en la cascada
15:30	<p>Box lunch-tashno (mote quemado con carne de res seca)</p>
16:30	<p>Retorno al parque central del cantón El Tambo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte ✓ Aplicación de encuestas de satisfacción ✓ Despedida y agradecimiento por la visita

Itinerario comercial

La comunidad está a tu disposición, para que puedas disfrutar y apreciar de los maravillosos miradores, cascadas, cueva, la exuberante flora y fauna, lugares que te permitirán tener contacto con la naturaleza, donde podrán compartir momentos con los pobladores los mismo que muestran su amabilidad y carisma, donde hacen sentir a los turistas como en casa, en la noche cultural demostraran las costumbres y tradiciones con participación de músicas y danzas típicas de la zona, también recorrerán huertos familiares donde puede observar una variedad de plantas comestibles y medicinales, puede formar parte de la elaboración de los ropas típicas y deleitar de los exquisitos platos típicos que realizan con productos propios de la zona, realizar visitas a lugares donde los turistas pueden realizar distintas actividades como observación de flora y fauna, caminatas, degustación de la gastronomía, bañarse en la cascada, fotografiarse así viviendo y los mejores recuerdos de la comunidad.

Requerimientos de la Visita

- Documentos personales
- Ropa abrigada (guantes, gorra, bufanda, impermeable, calzado adecuado, botas de caucho)
- Implementos personales
- Cámara fotográfica
- Bebidas hidratantes
- Protector solar
- Binoculares

Prohibiciones

- Bebidas alcohólicas
- Armas blancas y de fuego
- Equipo de sonido

Normas de comportamiento
<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora y fauna • No destruir la infraestructura y materiales de la zona
Incluye
<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Hospedaje (equipo de camping) • Servicio de guianza • Servicio de Alimentos (1, desayuno, 2 almuerzo, 1 merienda y un box lunch) • Equipos y materiales para las actividades
No incluye
<ul style="list-style-type: none"> • Alimentos y bebidas extras • Suvenires • Gastos no especificados
Precios
<ul style="list-style-type: none"> • 4 Pax \$ 114 • 8 Pax \$ 76 • 12 Pax \$64
Fotografías

Mapa temático



Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.3.2.4 Determinación del costo de los paquetes elaborados

Tabla 26-4: Costo del paquete N°1 “Ishka Yaku”

Ruta "Ishkay Yaku"				Duración: 2 días 1 noche		
Costos generales	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Rango de pax		
				4	8	12
Transporte	1	\$120,00	\$120,00	\$ 30,00	\$ 15,00	\$ 10,00
Guianza	1	\$ 35,00	\$ 70,00	\$ 17,50	\$ 8,75	\$ 5,85
Total de costos generales				\$ 47,50	\$ 23,75	\$ 15,85
Costos individuales						
Almuerzo	2	\$ 3,50		\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Merienda	1	\$ 2,50		\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Desayuno	1	\$ 3,00		\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Hospedaje (camping)	1	\$ 5,00		\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Entra casa Don Ochoa	1	\$ 1,50		\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Paseo en canoas	1	\$ 1,50		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Box lunch	1	\$ 1,50		\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Otros (ritual, cuentos, cortado de lana)		\$2,00		\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Total de costos individuales				\$ 24,00	\$24,00	\$ 24,00

Costos totales por persona			
Total de costos generales	\$ 47,50	\$ 23,75	\$ 15,85
Total de costos individuales	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
Total de costos	\$ 71,50	\$ 47,75	\$ 39,85
Gastos administrativos (10%)	\$ 7,15	\$ 4,78	\$ 3,99
Gastos de venta (10%)	\$ 7,15	\$ 4,78	\$ 3,99
Precio neto	\$ 85,80	\$ 57,30	\$ 47,82
Margen de utilidad (15%)	\$ 12,87	\$ 8,60	\$ 7,17
Precio total	\$ 98,67	\$ 65,90	\$ 54,99
PDV	\$ 99	\$ 66	\$ 55

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Perfil de costos

En el paquete uno se determinó, que el costo para tres pax es: 4 personas \$99, 8 personas \$66 y 12 personas \$55. En conclusión, cuando la oferta destaca a la demanda los productores deben reducir los precios para poder estimular las ventas, es decir mientras mayor sea la demanda el precio de los paquetes se disminuirá.

Tabla 27-4: Costo del paquete N°2 “Bola Loma”

Ruta "Bola Loma"			Duración 2 días			
			Rango de pax			
Costos generales	Cantidad	Precio unitario	Precio total	4	8	12
Transporte	1	\$120,00	\$120,00	\$ 30,00	\$ 15,00	\$ 10,00
Guianza (dos días)	1	\$ 35,00	\$ 70	\$ 17,50	\$ 8,75	\$ 5,83
Noche cultural		\$ 25,00	\$ 25	\$ 6,25	\$ 3,13	\$ 2,08
Total de costos generales				\$ 53,8	\$ 26,9	\$ 17,92
Costos individuales						
Almuerzo	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Desayuno	1	\$ 2,50		\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Merienda	1	\$ 2,00		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Hospedaje	1	\$ 5,00		\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Entrada huertos familiares	3	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
Visita cascada Muelle	1	\$ 1,00		\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Paseo en canoas		\$ 2,00		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Pesca deportiva "pozo Apuk Wasi"		\$ 1,50		\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Lonch	1	\$ 1,50		\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Otros (ritual, arado con yuntas)		\$ 2,00		\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Total de costos individuales				\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50
Costos totales por persona						
Total de costos generales				\$ 53,75	\$ 26,88	\$ 17,92

Total de costos individuales	\$ 28,50	\$ 28,50	\$ 28,50
Total de costos	\$ 82,25	\$ 55,38	\$ 46,42
Gastos administrativos (10%)	\$ 8,23	\$ 5,54	\$ 4,64
Gastos de venta (10%)	\$ 8,23	\$ 5,54	\$ 4,64
Precio neto	\$ 98,70	\$ 66,45	\$ 55,70
Margen de utilidad (15%)	\$ 14,81	\$ 9,97	\$ 8,36
Precio total	\$ 113,51	\$ 76,42	\$ 64,06
PDV	\$ 114	\$ 76	\$ 64

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Perfil de costos

En el paquete dos se determinó, que el costo de paquetes para tres pax es: 4 personas \$114, 8 personas 76\$ y 12 personas \$64, En conclusión, cuando la oferta destaca a la demanda los productores deben reducir los precios para poder estimular las ventas, es decir mientras mayor sea la demanda el precio de los paquetes se disminuirá.

4.4 Plan de promoción y comercialización

4.4.1 Marketing mix

4.4.1.1 Consumidor

El producto consiste en dos rutas, la cual está diseñada para dos días y una noche, donde los visitantes vivirán una aventura dentro de la naturaleza y convivencias culturales con los pobladores, los mismo que están diseñados a partir del estudio de mercado, para personas dispuestas a realizar actividades de aventura, este perfil se adapta para turistas nacionales.

El producto está dirigido para el segmento de mercado local y nacional, este producto a parte de la observación de flora y fauna viene incluido visitas a miradores, senderos, lagunas, visita a huertos familiares, visita al artesano, participación en actividades comunitarias, preparación de alimentos, noche cultural, paseo en canoas, donde van se vivirá un intercambio cultural.

- Nombre

Se tomó el nombre de la comunidad Chuichun, porque su nombre tiene importancia para los pobladores ya que significa cienego (lugar donde se posa el arco iris).



Figura 6-4. Logo de la comunidad

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Descripción de logotipo

En el logo se puede observar que contiene atracciones naturales y culturales representativos que poseen los paquetes turísticos. Este slogan significa un escape con la naturaleza para convivir con las poblaciones indígenas, ya que son rutas combinadas con actividades de aventura y cultura, transmitiendo paz y tranquilidad.

Tabla 28-4: Matriz de elementos de la marca del territorio.

Elemento	Nombre	Tipo			Descripción
		ICONO	INDICE	SIMBOLO	
	Tres C				La combinación de letra significa Centro de Turismo Comunitario en la comunidad Chuichun, porque la población quiere formar parte de ello mediante este símbolo se busca incentivar a cumplir los sueños de la comunidad, además la forma de los C es el número de sectores que conforma la comunidad.

	Etnografía		<p>Representa la cosmovisión de la comunidad, es un factor importante para la identificación del pueblo Cañari, las prendas son fabricadas principalmente con la lana de borrego, demostrando las habilidades de las mujeres en el hilado, los bordados pueden tener distintos formas, figuras y diversidad de colores.</p>
	Cascada		<p>Representa la cascada Muelle de gran importancia para los habitantes ya que es recopilación de todos arroyos de agua que bajan desde los paramos los mismos que pasan bañando los potreros de la comunidad hasta llegar al punto donde forma la cascada.</p>
	Laguna		<p>Muestra la majestuosidad de la comunidad, porque es considerado un icono importante dentro de los atractivos naturales, ya que muestra la fuerza y el poder de los habitantes al momento de construirla, además es la fuente que ayuda para el riego de los sembríos.</p>
	Montaña		<p>Representa la zona alta de la comunidad que fueron los puntos estrategicos que ayudaron en la comunicación de los antepasados con otras poblaciones y la realización de rituales, tiene una vista panoramica donde se puede observar los hermosos atardeceres.</p>

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Colores

Para Platón, el color era un fuego interior que originaba rayos visuales que se dirigían desde el ojo hacia el objeto. Con la definición planteada por los autores, Wyszecki y Stiles (1982), “es el aspecto de la percepción visual por el cual un observador puede distinguir diferencias entre dos

campos de visión del mismo tamaño, forma estructura, causada por diferencias en la composición espectral de la radiación incidente, de la capacidad del objeto para transformarla y desde la filosofía del observador” (Delmoro et al, 2010: p.146).

Verde: es un color que se identifica perfectamente con la naturaleza, que hace conectar con ella aportando una sensación de frescura, armonía, crecimiento y fertilidad (Salvador, 2020: p.1).

Rojo: es significado de fortaleza y valentía

Naranja: es un color que transmite juventud, diversión y atrevimiento, es un color terciario que surge tras mezclar el rojo y el amarillo (Peiro, 2021). Este color se plasma en los atardeceres que se puede ver en la comunidad donde los habitantes saben que se acaba el día y que mañana será un nuevo.

Amarillo: es el color más luminoso, más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro, y como tal es violento, intenso y agudo. Suelen interpretarse como animados, joviales, excitantes, afectivos e impulsivos. Está también relacionado con la naturaleza (Netdisseny, 2019: p.12). También representa la magia y asombro que genera los nuevos conocimientos de nuevos rincones del país y la calidad de clima que será al recorrer la ruta (Vera, 2017).

Azul: representa el color del cielo, mares, lagos y ríos, lo que demuestra la lealtad, confianza y la sabiduría, color ligado con tranquilidad y calma (Guisado, 2009). Lo que es importante para la población ya que es el símbolo de vida y pureza de las fuentes hídricas que existen en la comunidad.

Negro: en concreto, la vinculación más evidente del negro es con la oscuridad y la noche, es decir la ausencia de luz (Mimenza, 2018). Para la comunidad el color negro representa dolor, luto por la partida de los seres queridos, que llevan puesto prendas de color negro para mantener vivo al ser que murió.

Blanco: es un color que muestra la perfección y transmite sobriedad y luminosidad y se asocia con la inocencia, verdad, bondad y pureza.

4.4.1.2 Costo

- Costo final de producto

El producto cuenta con los servicios de guía, alimentación, hospedaje y transporte, además asistencia durante todo el recorrido, por lo cual el costo individual de cada turista por pax corresponde a los siguientes precios tabla 24-4.

Tabla 29-4: Resumen de los costos del paquete

Número de Pax	Paquete 1: "Ishka Yaku"	Paquete 2: "Bola Loma"
4 pax	\$99	\$104
8 pax	\$66	\$76
12 pax	\$55	\$64

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Se determinó lo siguiente, cuando la oferta supera la demanda los productos deben reducir los precios para estimular las ventas, es decir que entre mayor sea la demanda el costo de los paquetes se reducen.

- Política de pago
 - Para hacer reservas se pueden acercar a la comunidad Chuichun sector Bola Loma, o también realizarlo a través de online.
 - Las reservas deberán realizar con anticipación, mínimo quince días laborables antes de la presentación de los servicios
 - Para garantizar la reservación deberá cancelar el 50% del precio total del paquete y la otra parte faltante se cancelará tres días antes del servicio.
 - Si existe algún cambio en la prestación de servicios tendrán pago de penalidades
 - En caso de que exista alguna cancelación de reserva, deberán realizar mínimo dos a tres días antes de realizar el pago restante del paquete.
 - Cancelar la reservación del paquete una semana antes del servicio tendrá la devolución total el 100% a favor del cliente
 - Si la cancelación lo realizan tres a cuatro días antes se devolverá el 75% del valor del paquete por gastos de operación y manejo de efectivo y si la cancelación lo realizan día antes o el mismo día, no se efectuará devoluciones no efectúa devoluciones.
 - Cualquier servicio que no haya sido utilizado voluntariamente no tendrá derecho algún reclamo ni reembolso.

- Política de promoción
 - Este producto será promocionado en eventos culturales, agencias de viajes y tour operadoras.

- Las ofertas se promocionarán a través de las redes sociales, páginas web, estas ofertas tendrán un porcentaje de descuento, con la finalidad de poder llegar a más visitantes que puedan adquirir el paquete.
- Existirán gratuidades, es decir por cada 12 pax habrá una gratuidad, en casos especiales como cumpleaños, aniversarios tendrán un descuento exclusivo.
- Se realizarán sorteos de los paquetes por medio de las redes sociales, para poder llegar a más personas.

4.4.1.3 Conveniencia

Tabla 30-4: Resumen de promoción y publicidad

Canal	Táctica	Política de funcionamiento	Medios
Directo	Venta directa, cuando el visitante llegue directamente a la comunidad y se comunique con la directiva.	El visitante se pondrá en contacto con el área de marketing y ventas y lo detallará de manera clara toda la información necesaria.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Páginas web ○ Redes sociales ○ Eventos turísticos
Indirecto	Se buscó alianzas con las agencias de viajes y tours operadoras en funcionamiento de la ciudad del El Tambo y Cañar	Presentar los paquetes diseñados con todos los servicios e incluso el itinerario para las agencias de viajes y los tours operadoras, realizando convenios en la cual se beneficien las dos partes.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Guía turística ➤ Volantes ➤ Redes sociales y páginas web

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.4.1.4 Comunicación

Para que la comunidad pueda captar turistas de manera rápida, la promoción es el principal componente donde se necesitará el apoyo del Gad cantonal, para poder desarrollar una promoción eficaz, clara y atractiva. Al ser un producto nuevo, de acuerdo al perfil de la demanda es fundamental promocionar a través del internet.

- Creación y promoción en sitios web.
- Página web: se colocó información de los atractivos turísticos que la comunidad ofrece, donde también se detalla los paquetes diseñados, y la información primordial como dirección, teléfono.

- Facebook: en esta página se colocó todas las actividades y los atractivos naturales y culturales que posee la comunidad.



Figura 7-4. Creación de la cuenta en Facebook

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- YouTube: se elaboró un video y se publicó.

Este medio será muy factible para la promoción ya que, en la actualidad con el crecimiento del internet, los turistas pueden facilitar su itinerario y estar en contacto en cualquier momento con el lugar que desee visitarlo. Por esta razón la comunidad Chuichun cuente con herramientas digitales para potencializar el turismo en el mercado.

- Guía turística

Es un documento para los turistas donde se detallará sobre la comunidad, los productos turísticos, también se incluirá detalles de interés para los turistas como: número de teléfonos, direcciones precios, detalles de los atractivos y actividades turísticos, contendrá la ubicación, historia, cultura de la comunidad, se elaborará dos guías turísticas con fotografías representativas de los paquetes. Sin embargo, los pobladores deben realizar eventos en la zona para dar a conocer los servicios que ofrece la comunidad.



Laguna Bola Loma



Arado con yuntas



Cascada muelle



“Conocer nuevas culturas es formar nuevas familias”



Chuichun es la población más extensa del cantón El Tambo, se encuentra a una altura de 2.750 msnm, con un clima frío de 10 a 20°C. Las familias de la localidad ofrecen una vivencia única donde podrán convivir con ellos en sus tradiciones y costumbres. Es una zona que se encuentra combinada de atractivos naturales y culturales, donde puede realizar o formar participe de las distintas actividades, te llevaras una aventura inolvidable.



Hilado con lana de oveja

**CHUICHUN
CENTRO DE
TURISMO
COMUNITARIO**

Ubicada: cantón El Tambo
Información: 0968840275

Activar Wi
Ve a Configur

RUTA "ISHKAY YAKU"



ITINERARIO COMERCIAL

Ven y disfruta la amabilidad de la gente y sus patrimonios naturaleza, donde podrán realizar un ritual de bienvenida, apreciar y formar participe en la obtención de lana de oveja, la manera de tizar y tipos de hilado para la elaboración de artesanías, se recorrerá la laguna Bola Loma contando la historia de la misma, paseos en canoa, caminata para mirador Mira, elaboración de platos típicos como tortillas de trigo, contar la historia de la Chungana; y participar en la siembra y cosecha de productos de la zona.

\$55



Mirador Bola Loma



Mote quemado con carne de res y vaso de chicha

INCLUYE

- Transporte
- Hospedaje (equipo de camping)
- Servicio de guía
- Servicio de Alimentos
- Box lunch)



Machica molida

"RUTA BOLA LOMA"



ITINERARIO COMERCIAL

Te da la bienvenida la comunidad donde podrá apreciar su riqueza cultural y natural, podrán observar miradores, cascadas, cueva, la exuberante flora y fauna, una noche cultural con participación de músicas y danzas típicas de la zona, se recorrerá huertos familiares puede formar parte de la elaboración de los ropas típicas y deleitar de los exquisitos platos típicos de la zona.

\$105

Figura 8-4. Modelo de la guía turística

Elaborado por: (Pomavilla, N, 2022)

4.5 Estudio legal-organizativo y administrativo

En la comunidad Chuichun, se operará un Centro Turístico Comunitario la misma que deberá legalizarse y regular sus actividades ante los organismos del estado, además contar con la parte legal. De esta manera se garantizará a los turistas y a las operadoras de turismo confianza y seguridad al adquirir los servicios, luego de haber cumplido con todos los reglamentos los pobladores de la comunidad podrán participar en las actividades turísticas.

Luego de múltiples reuniones con el MINTUR se logró la vigencia del último Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, mediante un acuerdo en el año 2007, se concluyó que será la FEPTCE o la Secretaria de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador adscrita a la Presidencia de la República, las mismas que deberán informar a cada comunidad u organización interesados en registrar, sobre la calidad comunitaria dentro del área turístico.

La comunidad actualmente no cuenta un organigrama para la función de un CTC, por ello se partió de las leyes y reglamentos que ayudarán para el manejo y funcionamiento del turismo comunitario, luego de analizar las leyes se diseñó un organigrama estructural y funcional para el desarrollo de un CTC.

4.5.1 Análisis legal-organizativo

Las actividades turísticas en el Ecuador son respaldadas por diferentes cuerpos legales como la Constitución de la República, ley de Turismo y la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, los mismos que amparan la creación y denominación de los emprendimientos turísticos.

4.5.1.1 Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador 2008, la misma que tuvo su última modificación en el año 2021 (Constitución de la República del Ecuador 2008, 2021).

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determinen la ley, deberán planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud, cultural y deportivo, además de preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario, reconoce que el ser humano es como un sujeto, lo que permite una relación dinámica y equilibrada entre la sociedad, en armonía con la naturaleza; su principal objetivo es garantizar la producción y reproducción de los materiales e inmateriales que ayudan para el buen vivir. El sistema económico se constituye por la forma de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución lo establezca.

4.5.1.2 Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria

La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley donde se incluirán a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

- Organizaciones del Sector Comunitario (OSC)

Art. 15.- Sector Comunitario. - es un conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, cultura, genero, cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales, o de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que, mediante el trabajo conjunto, tiene por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesaria, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente ley.

Art. 16.- Estructura interna. - Las OSC adoptaran, la denominación, el sistema de gobierno, control interno y representación que mejor convenga a su costumbres, prácticas y necesidades, garantizando su modelo de desarrollo económico a partir de su propia conceptualización y visión.

Art. 17.- Fondo Social. - Para poder cumplir con sus objetivos, las OSC contarán con un fondo social variable y constituido con los aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno. También formarán parte del fondo social, las donaciones, aportes o contribuciones no reembolsables y legados que recibieren estas organizaciones. Si en caso de recibir bienes inmuebles mediante donaciones, estos no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social que produjo la dicha donación.

4.5.1.3 Reglamento a Ley Orgánica Económica Popular y Solidaria

Art. 4.- Reserva de denominación. - Las asociaciones EPS y cooperativas en formación, reservarán en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la

Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los cuales presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

Art. 5.- Requisitos organizaciones comunitarias. - Las OC para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia los siguientes documentos: reserva de denominación, acta Constitutiva suscrita por los miembros fundadores, copia de cédula del representante legal y finalmente el certificado de depósito del aporte al fondo social inicial. El número mínimo de miembros y el monto del aporte al fondo social inicial serán fijados por el Ministerio encargado de la inclusión económica y social.

4.5.1.4 Ley de Turismo

Última modificación de la (Ley de Turismo , 2014).

Art. 5.- Se considera actividades turísticas desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportes (aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y alquileres de vehículos para este propósito), operación y agencia de viajes, y cuando se dedican principalmente al turismo.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento la cual acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes

Art.10.- Al obtener la Licencia única Anual de Funcionamiento les permitirá a los establecimientos turísticos: acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley, dar publicidad a su categoría, que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento, que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra y 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 deben ser solicitadas y emitidas.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad

de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

o Reglamento General a la Ley de Turismo

En el (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2015), en el **Art. 43.-** Opción 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 que realizan a través de agencias que se definen como las empresas comerciales, dedicadas a la organización de actividades turísticas y prestación de servicios.

Art. 45.- Las actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas, detallada en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

4.5.1.5 Reglamentos del turismo comunitario

Art. 8.- Requisitos para el Registro de Turismo: El registro de turismo como Centro de turismo Comunitario (CTC) se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentrados en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, para el dicho registro turístico, se debe adjuntar los siguientes documentos.

Tabla 31-4: Requisitos para la creación de una CTC

Documentos	Cantidad
Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar	1
Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad.	1
Nombramiento que acredite la representación del peticionante.	1
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.	1
Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación o formación profesional sobre el turismo por un mínimo de 40 horas.	1
Entregar al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de turismo Comunitario.	1

Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.	1
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.	1
Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana	1

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.5.2 Estudio administrativo

4.5.2.1 Planificación estratégica de las rutas

- Misión

Somos un Centro Turístico Comunitario que busca rescatar y conservar los recursos culturales y naturales, garantizando el desarrollo del turismo comunitario, mediante la estructuración de paquetes en base a la potencialidad del territorio, contribuyendo en el bienestar para la comunidad y la satisfacción de los turistas.

- Visión

Somos el Centro Turístico Comunitario que presta servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento para los turistas locales y regionales, contribuyendo al cuidado y protección del medio ambiente, para el año 2027 quieren ser reconocidos nacionalmente, logrando un nivel de rentabilidad y calidad de servicios.

- Valores

- Honestidad
- Cooperación en equipo
- Respeto
- Comunicación mutua
- Puntualidad

- Política

- La actividad turística, será un modelo de desarrollo sostenible para dinamizar la economía de la comunidad.

- La gestión del turismo se realizará de manera coordinada y participativa con los actores que intervienen en el sector turístico.
- Los productos y servicios turísticos que se oferten en la comunidad se proporcionaran con estándares de calidad para la satisfacción de los turistas.
- Respetar normas de calidad y del Ministerio de Turismo del Ecuador para la ejecución de actividades turísticas en el territorio.
- Exigir la puntualidad de todo el departamento que conforma el CTC.
- El personal que presten servicios turísticos (alojamiento, alimentación, guianza) deberán estar uniformados con sus respectivos uniformes.
- Garantizar una buena atención a los clientes por parte de personal y tener buen comportamiento y actitud al momento de brindar los servicios.

- Estructura organizativa de la empresa

- Organización Estructural

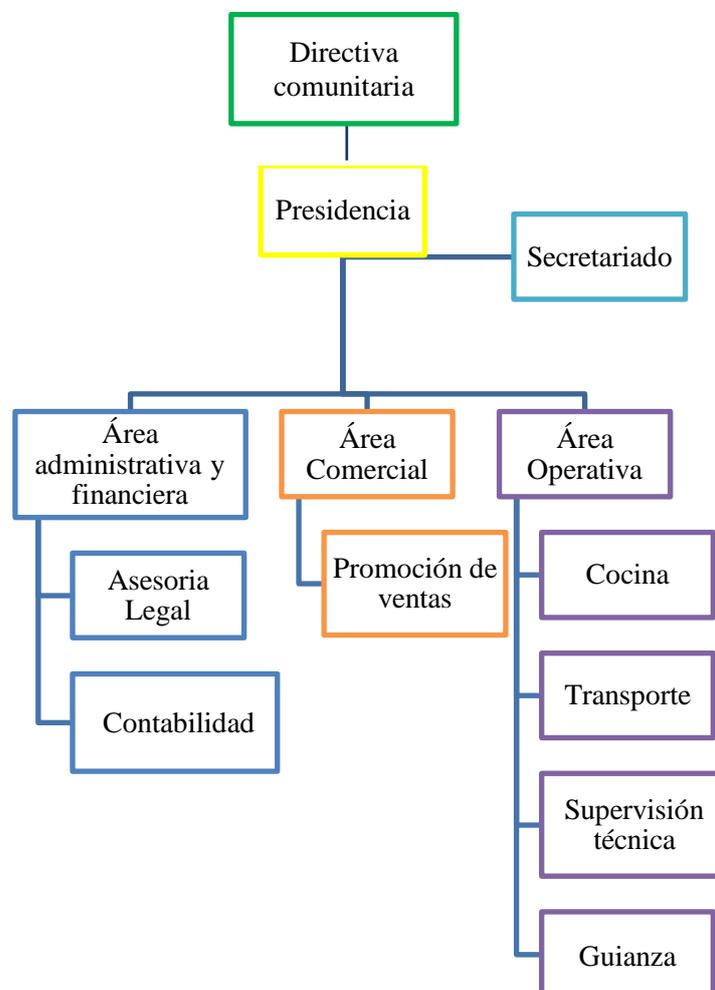


Figura 9-4. Organización estructural

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

- Organigrama Funcional

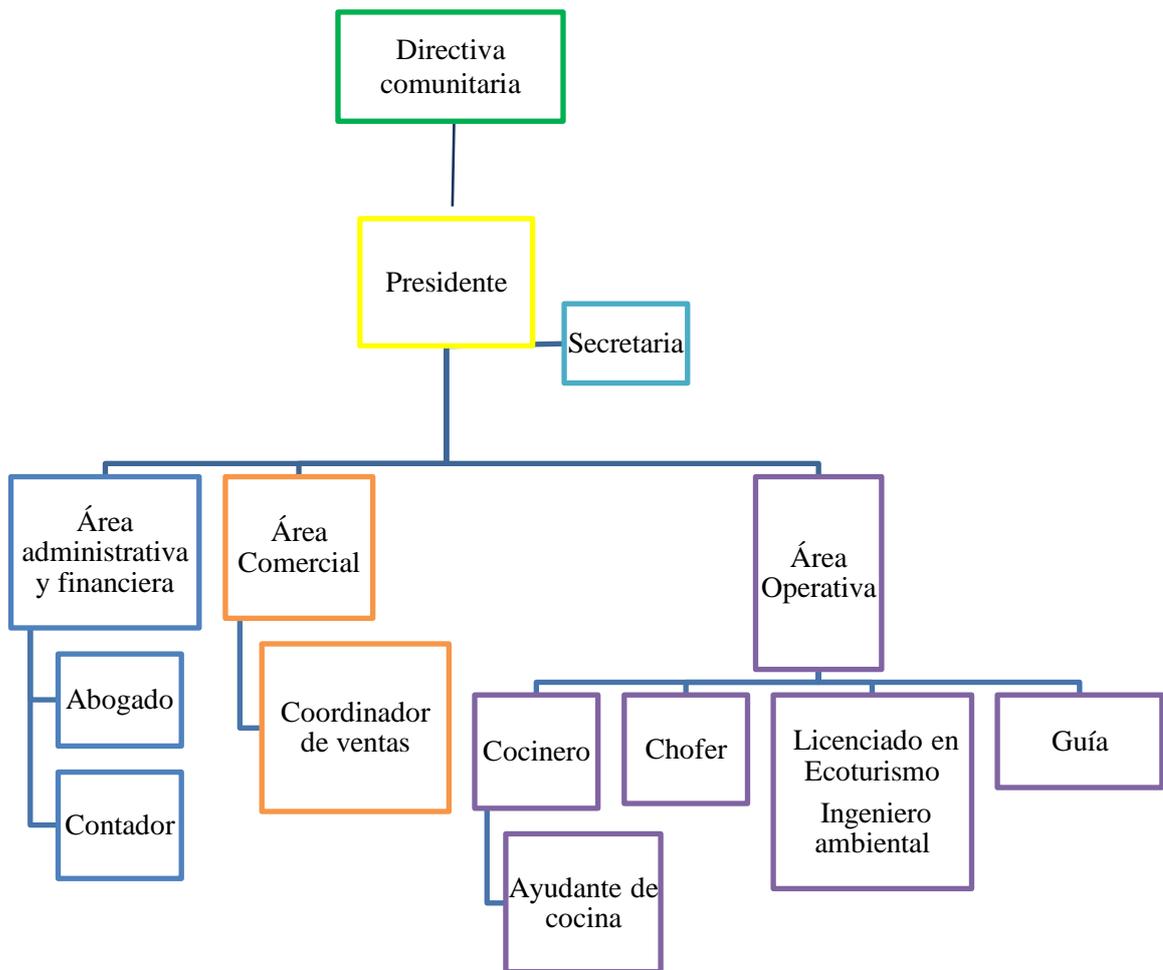


Figura 10-4. Organigrama funcional

Elaborado por: (Pomavilla, N, 2022)

Las actividades que se desarrollen en la comunidad serán analizadas y dirigidas por la Directiva comunitaria, las mismas que deben ser aprobadas por los miembros que conforman la asamblea comunitaria, la misma que estará encargada de priorizar los proyectos a ejecutarse dentro de la comunidad.

4.5.2.2 Manual de funciones

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Presidencia
Código	P01
Título de puesto	Presidente
Objetivo principal	
Proporcionar un fuerte liderazgo para la compañía trabajando con la junta directiva y otros ejecutivos para establecer metas, planes y estrategias a corto y largo plazo.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proyectar el futuro del CTC. ➤ Ejercer la representación legal y judicial del CTC. ➤ Presentar a la Directiva Comunitaria un informe anual de labores ➤ Optimizar los recursos con los que cuenta el CTC, para utilizar de manera eficiente ➤ Contratar empleados ➤ Evaluar de manera permanente los resultados del equipo con el objetivo de corregir las deficiencias de los empleados. ➤ Dialogar permanente con los miembros de la organización sobre los nuevos proyectos en mejora de la compañía. ➤ Contratar los prestadores de servicios y ocuparse de sus pagos. ➤ Cumplir otras funciones que le asigne la Directiva Comunitaria. ➤ Presentar ofertas a nombre de la organización en ferias de turismo y concursos. ➤ Presidir las sesiones de los CTC, suscribiendo las respectivas actas. ➤ Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por Directiva. ➤ Apoyar en las actividades y proyectos nuevos del CTC. ➤ Firmar cheques en forma conjunta con cualquier de los dignatarios: vicepresidente y tesorero. ➤ Presentar a la Directiva, el informe semestral de actividades. ➤ Dirigir las labores de la coalición empresarial. ➤ Sugerir a la Directiva los medios y acciones que considere para la buena marcha de la gestión de la empresa. ➤ Ejercer las demás atribuciones que le corresponde según el Estatuto y Reglamento correspondientes. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario, secundario, universitario y estudios de cuarto nivel ➤ Facilidad de expresión verbal ➤ Habilidades de liderazgo con la capacidad de inspirar a la gente a que entre en acción a través de su influencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administración de empresas ➤ Idiomas ➤ Conocimiento financiero y operativo

➤ Experiencia un año	
----------------------	--

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Secretariado
Código	S02
Título de puesto	Secretaria
Objetivo principal	
Realizar todas las tareas administrativas de la cooperativa	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestionar y enviar agendas e informes ➤ Manejar información confidencial de la empresa ➤ Revisar la correspondencia de la gerencia de la cooperativa ➤ Comunicarse de manera efectiva con otros empleados, proveedores y clientes. ➤ Asegurarse que la cooperativa cumple con ciertas obligaciones legales, comprobando la adecuación de una gran variedad de documentos. ➤ Llevar el registro efectivo revisando que las reuniones del jefe estén bien programadas ➤ Comprobar que las acciones acordadas se lleven a cabo. ➤ Tener una agenda actualizada incluyendo a los trabajadores de la empresa, clientes y proveedores. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario, secundario, universitario y estudios de cuarto nivel ➤ Facilidad de expresión verbal ➤ Habilidad para relacionarse ➤ Tener excelente presentación ➤ Tener buena redacción ➤ Habilidad para el manejo de las computadoras 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Secretaria ejecutiva ➤ Administración de empresas ➤ Idiomas ➤ Atención al cliente

- Área administrativa y financiera

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Contaduría
Código	Co03
Título de puesto	Contador
Objetivo principal	
Controlar los movimientos contables, generar balances y reportes financieros.	

Funciones esenciales

- Procesar, codificar y contabilizar comprobantes por conceptos activos, pasivos, ingresos y egresos del CTC.
- Llevar un inventario actualizado de todos los bienes y valores obligaciones
- Llevar de forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique el pago.
- Presentar al coordinador de los proyectos, informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero.
- Elaborar los estados financieros mensuales del CTC.
- Responder por los fondos del CTC con su firma en los cheques conjuntamente con el coordinador.
- Llevar el libro de actas de reuniones del equipo de gestión
- Revisar y analizar los presupuestos de las actividades
- Vigilar el pago de los sueldos a los integrantes del equipo de gestión.
- Manejar transacciones de dinero en efectivo o cheques.
- Llenar los formularios y declarar el impuesto al SRI
- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos y más disposiciones referentes al manejo de recursos económicos emitidos por la organización a la cual pertenece el CTC.
- Revisar la contabilidad, receptada toda la información necesaria sobre diarios de la caja, conciliaciones bancarias, reportes mensuales.
- Llevar un proceso contable, que le ayudará para el manejo económico del CTC, la misma que contará con lo siguiente:
 - Plan de cuentas
 - Estado de situación inicial
 - Diario general
 - Balance de comprobación
 - Estados financieros
 - Análisis financiero
 - Anexos (libro de caja, libro de bancos, conciliaciones bancarias).

Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario, secundario, universitario y estudios de cuarto nivel ➤ Elevado interés social ➤ Capacidad de sistematizar el proceso contable ➤ Manejo de cifras y símbolos en las áreas financieras ➤ Facilidad de expresión verbal ➤ Experiencia más de dos años 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingeniero en contabilidad y auditoría ➤ Administración de empresas

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Asesor Legal
Código	AL04
Título de puesto	Abogado
Objetivo principal	
Prestar asesoramiento jurídico legal a la cooperativa en la interpretación y aplicación de las leyes, así como representar legalmente en el ámbito de su competencia.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudiar y resolver problemas legales relacionados con la empresa, contratos, convenios y normas legales del CTC. ➤ Defender los intereses de la empresa en todo tipo de procedimientos judiciales. ➤ Negociar y redactar contratos. ➤ Emitir informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa. ➤ Garantizar que el CTC cumpla con todas las leyes y normas jurídicas del país. ➤ Asesorar a la Directiva comunitaria sobre los aspectos y requerimientos de procesos para poder abrir nuevos proyectos o negocios con otras organizaciones. ➤ Proveer mediaciones para las disputas con clientes, empleados o proveedores. ➤ Representar al CTC en asuntos legales de diversa índole ante un tribunal judicial. ➤ Redactar, revisar y analizar todos los contratos comerciales. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario, secundario, universitario y estudios de cuarto nivel ➤ Facilidad de expresión verbal ➤ Habilidad para relacionarse ➤ Experiencia más de dos años ➤ Manejo adecuado de las computadoras ➤ Estudios tributarios ➤ Entidades públicas y privadas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de abogado ➤ Magister, relacionado con el cargo de asesor legal

- Área comercial

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Promoción de ventas
Código	PV05
Título de puesto	Coordinador de ventas
Objetivo principal	
Recopilar información sobre el estado de pedidos y número de ventas alcanzados en el CTC.	

Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener registros de ventas organizados e informar al contador del CTC. ➤ Respaldar a la alta dirección completando pedidos y manteniendo a los clientes informados sobre retrasos y fechas de compra. ➤ Supervisar y organizar el inventario y realizar un seguimiento eficaz de los nuevos servicios y productos para la promoción y venta. ➤ Coordinar la elaboración de tours, con el equipo de gestión de CTC. ➤ Elaborar cotizaciones de tours. ➤ Realizar reservaciones por correo, llamadas telefónicas y visita personal del cliente al departamento. ➤ Recibir y registrar llamadas de los visitantes ➤ Colaborar con el contador del CTC en reuniones semanales para poder obtener informes de ventas mensualmente. ➤ Coordina e informa a cada departamento del área operativa sobre las reservaciones de cada servicio turístico. ➤ Organiza al grupo involucrado en la operación turística sobre la visita de un grupo. ➤ Actualizar los medios de publicidad de los productos del CTC. ➤ Controlar y supervisar presupuestos de ventas. ➤ Formular políticas de promoción, precio y ventas. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario, secundario, universitario y estudios de cuarto nivel ➤ Experiencia en análisis y publicidad ➤ Experiencias demostrables en ventas ➤ Habilidades informáticas ➤ Poseer habilidades en administrativas, planificación y gestión. ➤ Tener una firme ética laboral ➤ Facilidad de expresión verbal ➤ Experiencia más de dos años 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lcdo. Administración de empresas ➤ Lcdo. En marketing ➤ Magister, relacionado con promociones y ventas

- Área operativa

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Área de cocina
Código	AC06
Título de puesto	Chef
Objetivo principal	
Planificar el menú y elaborar distintos platos, además contratar y capacitar al personal de la cocina.	

Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar el menú y elabora las recetas tanto de alimentos como bebidas. ➤ Responsable en actualizar los menús y las cartas. ➤ Gestionar el equipo y la distribución de tareas del ayudante de cocina. ➤ Gestionar el tiempo de cocinado y preparación de alimentos. ➤ Realizar tareas administrativas ➤ Estar pendiente de los ingredientes que pueden ser alérgicos los clientes. ➤ Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y mantener limpia el área de cocina. ➤ Tener un inventario de materiales, equipo y utensilios existentes en la cocina. ➤ Se encarga de comprar los ingredientes necesarios para la preparación de comida. ➤ Realizar compras de acuerdo al tiempo de duración de alimentos, mayor cantidad productos que se conservan más y menor cantidad productos que son difíciles de mantenerlos. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario, secundario, universitario y estudios de cuarto nivel ➤ Conocimiento profundo sobre los productos y la materia prima ➤ Dominar el uso de las técnicas de manejo de materiales como de los productos ➤ Tener actitudes para ser un líder y trabajar en equipo ➤ Ser innovador para hacer cosas nuevas ➤ Ser creativo para encontrar soluciones ➤ Experiencias demostrables en ventas ➤ Tener una firme ética laboral ➤ Facilidad de expresión verbal ➤ Experiencia más de dos años 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lcdo. Gastronomía ➤ Magister, relacionado con productos locales y exóticos. ➤ Magister. en cocinas del mundo y territorios.

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Área de cocina
Código	AYC07
Título de puesto	Ayudante de cocina
Objetivo principal	
Colaborar con el chef en la preparación de los alimentos.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener limpia y ordenado el área de cocina y todos los utensilios. 	

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Colaborar en la conservación de las materias primas y productos de uso en la cocina. ➤ Limpiar, pelar y cortar todos los alimentos (carnes, verduras, hortalizas). ➤ Pesar o medir los alimentos. ➤ Hacer salsas y aliños. ➤ Ayudar en las preparaciones de los platos listos para servir. ➤ Guardar los alimentos en los espacios adecuados (despensa, nevera, congelador). ➤ Gestionar el control de los pedidos e informar al chef. ➤ Seguir la norma higiénico-sanitaria de manipulación de alimentos ➤ Acatar las órdenes del chef. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario, secundario, universitario y estudios de cuarto nivel ➤ Interesado en la cocina y alimentación ➤ Conocimiento básico del uso y técnicas en el manejo de utensilio ➤ Conocimiento básico en saber los cortes de los alimentos ➤ Saber sobre el procedimiento de higiene, salud y seguridad en la cocina 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lic. Gastronomía

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Conducción
Código	Cd08
Título de puesto	Conductor
Objetivo principal	
Manejo y mantenimiento del vehículo	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Verificar los niveles de gasolina, aceite, agua, líquido de frenos, transmisión y llantas. ➤ Utilizar el vehículo solo para el trabajo. ➤ Conducir el vehículo según las rutas planteadas. ➤ Mantener en óptimas condiciones de limpieza el vehículo. ➤ Informar con tiempo las fallas del vehículo y gestionar la reparación en el taller. ➤ Apoyar en eventos realizados en el CTC y colaborar con el transporte hasta el lugar del evento. ➤ Mantener la agenda diaria del trabajo ➤ Realizar actividades que el presidente le asigne para cumplir con los objetivos del área. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario y secundario. ➤ Tener licencia tipo C ➤ Tarjeta de circulación ➤ Copia de seguro de vehículo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ing. Mecánica ➤ Estudiado el Sindicato de Choferes

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Saber tratar a los clientes ➤ Facilidad en expresión verbal ➤ Habilidad para relacionarse 	
---	--

Identificación	
Nivel jerárquico	Profesional
Denominación del empleo	Guianza
Código	G09
Título de puesto	Guía
Objetivo principal	
Orientar y dirigir a un grupo sobre el tour respectivo para un recorrido eficiente.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar con el chef sobre los alientos de los visitantes a su cargo. ➤ Preparar las condiciones más favorables para el tour. ➤ Cumplir con el programa establecido en los paquetes. ➤ Encargarse que todos los atractivos sean visitados e interpretados. ➤ Tener preparado todos los equipos requeridos para realización de las distintas actividades. ➤ Recibir y evaluar el estado de los equipos luego de las actividades. ➤ Dar mantenimiento periódico de los equipos. ➤ Brindar la seguridad adecuado para los turistas. ➤ Velar la protección y respeto del medio ambiente. ➤ Prohibido consumir alcohol o drogas. ➤ Tener buena comunicación con los turistas y los empleados ➤ Llenar las fichas de evaluación del servicio y registro de los turistas. 	
Requisitos	Estudios
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de formación primario y secundario. ➤ Capacidad en comunicación ➤ Ser experto en la materia ➤ Buenas habilidades descriptivas ➤ Interés por la historia y cultura ➤ Saber tratar a los clientes ➤ Capacidad para la organización y planificación de eventos y actividades ➤ Facilidad en expresión verbal ➤ Habilidad para relacionarse 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lcdo. Ecoturismo ➤ Especialidad en guianza

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6 Estudio económico financiero

4.6.1 Área comercial

Tabla 32-4: Requerimiento para el área comercial

1. Talento Humano				
Denominación	Cantidad		Gasto mensual	Gasto anual
Agente de ventas	1		\$ 436,85	\$ 6.688, 56
			Subtotal	\$ 6.688, 56
2. Materiales e insumos				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Gasto anual
sellos	3	unidad	\$ 7,00	\$ 21,00
esferos	10	cajas	\$ 3,00	\$ 30,00
marcadores	2	cajas	\$ 5,50	\$ 11,00
cuaderno de notas	2	unidad	\$ 1,50	\$ 3,00
papel bond	6	resmas	\$ 5,00	\$ 30,00
tóner de impresora	12	unidad	\$ 10,00	\$ 120,00
grapap	4	cajas	\$ 1,30	\$ 5,20
perforadora	2	unidad	\$ 2,75	\$ 5,50
grapadora	1	unidad	\$ 6,00	\$ 6,00
botella de agua	12	unidad	\$ 2,00	\$ 24,00
carpetas	10	unidad	\$ 0,50	\$ 5,00
			Subtotal	\$ 260,70
3. Inversión en activos fijos				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Gasto anual
terreno	20	m2	\$ 80,00	\$ 1.600,00
construcción y edificación	20	m2	\$300,00	\$ 6.000,00
Maquinaria y equipo				\$ 255,00
teléfono de mesa	1	unidad	\$ 30,00	\$ 30,00
dispensador de agua	1	unidad	\$ 10,00	\$ 10,00
reloj de pared	1	unidad	\$ 35,00	\$ 35,00
calculadora	1	unidad	\$ 22,00	\$ 22,00
caja registradora	1	unidad	\$ 120,00	\$ 120,00
extensiones	2	unidad	\$ 15,00	\$ 30,00
grapadora	2	unidad	\$ 4,00	\$ 8,00
Equipos de computo				\$ 1.400,00
computadora portátil	1	unidad	\$ 750,00	\$ 750,00
proyector	1	unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
impresora	1	unidad	\$ 350,00	\$ 350,00
Muebles y enseres				\$ 520,00
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Gasto anual
archivadores	2	unidad	\$ 30,00	\$ 60,00
silla	1	unidad	\$ 70,00	\$ 70,00
sofá cama	1	unidad	\$ 270,00	\$ 270,00
escritorio	1	unidad	\$ 45,00	\$ 45,00
tacho de basura	1	unidad	\$ 15,00	\$ 15,00

cosas decorativas	3	unidad	\$ 20,00	\$ 60,00
Subtotal				\$ 9.775,00
4. Inversión en activos diferidos				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Gasto anual
Capacitación				\$ 2.060,00
Ing. En Ecoturismo (asistencia técnica)	4	trimestres	\$ 65	\$ 260,00
abogado (asistencia legal)	4	trimestres	\$ 450	\$ 1.800,00
Material de promoción y publicidad antes				\$ 2.700,00
guías turísticas	1000	\$ 1,00		\$ 1.000,00
página web	1	\$ 200,00		\$ 200,00
redes sociales	1	\$ 1.500,00		\$ 1.500,00
Subtotal				\$ 4.760,00
Total				\$ 21.48426

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.2 Área productiva

Tabla 33-4: Requerimiento para el área comercial

1. Talento humano				
Denominación	Cantidad	Valor mensual		Gasto anual
Mano de obra directa				\$ 19.889,02
guías	1		\$ 430,23	\$ 6.593,64
controlador de botes	1		\$ 440,00	\$ 6.733,72
asistente de cocina	1		\$ 428,00	\$ 6.561,66
Mano de obra indirecta				\$ 28.158,75
chef	1		\$ 550,00	\$ 8.310,90
chofer	1		\$ 600,00	\$ 9.027,80
Subtotal				\$ 37.227,72
2. Activos fijos				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Costo total
terreno	62	m2	\$ 80,00	\$ 4.960,00
Construcciones y edificaciones				\$ 33.300,00
restaurante	42	m2	\$ 650,00	\$ 27.300,00
zona camping	20	m2	\$ 300,00	\$ 6.000,00
Maquinaria y equipo				\$ 2.795,00
asadero de cuyes	1	unidad	\$ 450,00	\$ 450,00
congeladores	1	unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
Refrigerador	1	unidad	\$ 950,00	\$ 950,00
licuadora	1	unidad	\$ 90,00	\$ 90,00
cocina	1	unidad	\$ 650,00	\$650,00
cafetero	1	unidad	\$ 55,00	\$ 55,00
chalecos salvavidas	12	unidad	\$ 25,00	\$ 300,00
Muebles y enseres				\$ 470,00
juego de mesas y sillas	6	capacidad 4	\$ 45,00	\$ 270,00
basurero reciclador	2	unidad	\$ 60,00	\$ 120,00

decoraciones para comedor	4	unidad	\$ 20,00	\$ 80,00
			Subtotal	\$ 41.525,00
3. Materiales e insumos				
Denominación	cantidad	unidad	valor unitario	costo total
mantelería	6	unidad	\$ 7,00	\$ 42,00
cupertería	4	docena	\$ 15,00	\$ 60,00
crystal	4	docena	\$ 21,00	\$ 84,00
vajillas	3	juego	\$ 42,00	\$ 126,00
cuchillos	2	juego	\$ 25,00	\$ 50,00
limpieza	5	combo	\$ 15,00	\$ 75,00
carpas de camping	6	unidad	\$ 60,00	\$ 360,00
Combustible				\$ 193,60
gasolina	55	galones	\$ 3,52	\$ 193,60
			Subtotal	\$ 990,60
4. Otros				
Vehículo con motor				
buseta Hyundai H1	1	capacidad 12	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Vehículo sin motor				
botes con pedales	2	capacidad 3	\$ 400,00	\$ 800,00
			Subtotal	\$ 20.800,00
			Total	\$100.543,32

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.3 Área administrativa

Tabla 34-4: Requerimiento para el área administrativa

1. Talento humano				
Denominación	Cantidad	Valor mensual		Gasto anual
presidente	1	\$ 460,00		\$ 7.020,48
secretario	1	\$ 425,00		\$ 6.518,65
contador	1	\$ 439,00		\$ 6.733,58
			Subtotal	\$ 20.272,71
2. Materiales e insumos				
Denominación	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total inversión
archivadores	3	unidad	\$ 40,00	\$ 120,00
sellos	3	unidad	\$ 7,00	\$ 21,00
silla	3	unidad	\$ 70,00	\$ 210,00
escritorio	3	unidad	\$ 45,00	\$ 135,00
esferos	20	cajas	\$ 3,00	\$ 60,00
cuaderno de notas	6	unidad	\$ 1,50	\$ 9,00
papel bond	36	resmas	\$ 5,00	\$ 180,00
tóner de impresora	36	unidad	\$ 10,00	\$ 360,00
grapap	12	cajas	\$ 1,30	\$ 15,60
tacho de basura	3	unidad	\$ 15,00	\$ 45,00
perforadora	3	unidad	\$ 2,75	\$ 8,25
botella de agua	36	unidad	\$ 2,00	\$ 72,00

carpetas	30	unidad	\$ 0,50	\$ 15,00
Subtotal				\$ 1.250,85
3. Activos fijo				
Denominación	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Gasto anual
terreno	50	m2	\$ 80,00	\$ 4.000,00
Construcción y edificaciones				\$ 10.500,00
oficina 1	20	m2	\$ 300,00	\$ 6.000,00
oficina 2	15	m2	\$ 150,00	\$ 2.250,00
oficina 3	15	m2	\$ 150,00	\$ 2.250,00
Equipo de computo				\$ 3.600,00
computadora	3	unidad	\$ 750,00	\$ 2.250,00
proyector	1	unidad	\$ 300,00	\$ 300,00
impresora	3	unidad	\$ 350,00	\$ 1.050,00
Muebles y enseres				\$ 1.560,00
archivadores	6	unidad	\$ 30,00	\$ 180,00
silla	3	unidad	\$ 70,00	\$ 210,00
sofá cama	3	unidad	\$ 270,00	\$ 810,00
escritorio	3	unidad	\$ 45,00	\$ 135,00
tacho de basura	3	unidad	\$ 15,00	\$ 45,00
cosas decorativas	9	unidad	\$ 20,00	\$ 180,00
Maquinaria y equipo				\$ 198,00
teléfono de mesa	2	unidad	\$ 30,00	\$ 60,00
calculadora	3	unidad	\$ 22,00	\$ 66,00
extensiones	4	unidad	\$ 15,00	\$ 60,00
grapadora	3	unidad	\$ 4,00	\$ 12,00
Subtotal				\$ 19.858,00
4. Activos diferidos				
Denominación	Cantidad	Total inversión		Gasto anual
estatuto de constitución	1	\$ 200,00		\$ 200,00
evaluación de escritura de registro	1	\$ 350,00		\$ 350,00
Subtotal				\$ 550,00
5. Gastos				
Servicios básicos				\$ 966,00
Denominación	Cantidad	Valor mensual		Gasto anual
agua (año)	12	\$ 2,50		\$ 30,00
luz (año)	12	\$ 30,00		\$ 360,00
teléfono de mesa (año)	12	\$ 18,00		\$ 216,00
internet (año)	12	\$ 30,00		\$ 360,00
Permisos de funcionamiento				\$ 550,00
permisos sanitarios	1	\$ 45,00		\$ 45,00
registro del MINTUR	1	\$ 100,00		\$ 100,00
asociación de artesanos	1	\$ 120,00		\$ 120,00
permiso de bomberos	1	\$ 130,00		\$ 130,00
registro del CTC	1	\$ 55,00		\$ 55,00
Patente municipal	1	\$ 100,00		\$ 100,00
Subtotal				\$ 1.516,00

Total	\$ 43.447,56
--------------	---------------------

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.4 Inversiones

Tabla 35-4: Inversiones

Denominación	Inversión
Activos fijos	\$ 91.958,00
terrenos	\$ 10.560,00
construcciones y edificaciones	\$ 49.800,00
maquinaria y equipos	\$ 3.248,00
equipos de computo	\$ 5.000,00
muebles y enseres	\$ 2.550,00
vehículo	\$ 20.800,00
Activos diferidos	\$ 20.247,12
capacitaciones	\$ 2.060,00
promoción y publicidad	\$ 2.700,00
patentes y permisos	\$ 550,00
constitución de la organización	\$ 550,00
gastos financieros	\$ 14.387,12
Capital de trabajo	\$ 68.657,13
mano de obra directa	\$ 19.889,02
mano de obra indirecta	\$ 17.338,70
sueldos y salarios	\$ 26.961,26
materiales e insumos	\$ 2.502,15
servicios básicos	\$ 966,00
contingencia	\$ 1.000,00
Total	\$180.862,25

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.5 Fuentes de funcionamiento

Tabla 36-4: Fuentes de funcionamiento

Denominación	Uso	Recursos Propios	Préstamo
Activos fijos	\$ 91.958,00	\$ 10.798,00	\$ 81.160,00
terrenos	\$ 10.560,00		\$ 10.560,00
construcciones y edificaciones	\$ 49.800,00		\$ 49.800,00
maquinaria y equipos	\$ 3.248,00	\$ 3.248,00	
equipos de computo	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
muebles y enseres	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	
vehículo	\$ 20.800,00		\$ 20.800,00
Activos diferidos	\$ 20.247,12	\$ 18.187,12	\$ 2.060,00
capacitaciones	\$ 2.060,00		\$ 2.060,00
promoción y publicidad	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00	
patentes y permisos	\$ 550,00	\$ 550,00	
constitución de la organización	\$ 550,00	\$ 550,00	

gastos financieros	\$ 14.387,12	\$ 14.387,12	
Capital de trabajo	\$ 68.657,13	\$ 4.468,15	\$ 64.188,98
mano de obra directa	\$ 19.889,02		\$ 19.889,02
mano de obra indirecta	\$ 17.338,70		\$ 17.338,70
sueldos y salarios	\$ 26.961,26		\$ 26.961,26
materiales e insumos	\$ 2.502,15	\$ 2.502,15	
servicios básicos	\$ 966,00	\$ 966,00	
contingencias	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Total	\$180.862,25	\$ 33.453,27	\$ 147.408,98

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.6 Amortización

Tabla 37-4: Cálculo de la deuda

Año	Préstamo capital	Capital a pagarse	Saldo	Interés	Cuota
2022	\$ 147.408,98	\$ 29.481,80	\$ 117.927,19	\$ 14.387,12	\$ 132.314,30
2023	\$ 117.927,19	\$ 29.481,80	\$ 88.445,39	\$ 11.509,69	\$ 99.955,08
2024	\$ 88.445,39	\$ 29.481,80	\$ 58.963,59	\$ 8.632,27	\$ 67.955,08
2025	\$ 58.963,59	\$ 29.481,80	\$ 29.481,80	\$ 5.754,85	\$ 35.236,64
2026	\$ 29.481,80	\$ 29.481,80	0	\$ 2.877,42	\$ 2.877,42
			Total interés	\$ 43.161,35	

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

Tabla 38-4: Amortización

Capital		C=	\$ 147.408,98		
Tiempo en años		t=	5		
Tasa nominal unitario		i=	9,76%		
Periodos de capitalización		m=	12		
Tasa efectiva		i=	0,008		
Número de periodos		n=	60		
Cuota nivelada			\$3.114,63		
Fecha	Detalle	Cuota de pago	Capital periódico	Interés periódico	Saldo insoluto de capital
11/2/2022	Registro pago de préstamo				\$ 147.408,98
11/3/2022	Cuota 1	\$3.114,63	\$ 1.915,700	\$1.198,93	\$ 145.493,28
11/4/2022	Cuota 2	\$3.114,63	\$ 1.931,281	\$1.183,35	\$ 143.562,00
11/5/2022	Cuota 3	\$3.114,63	\$ 1.946,989	\$1.167,64	\$ 141.615,01
11/6/2022	Cuota 4	\$3.114,63	\$ 1.962,824	\$1.151,80	\$ 139.652,19
11/7/2022	Cuota 5	\$3.114,63	\$ 1.978,788	\$1.135,84	\$ 137.673,40
11/8/2022	Cuota 6	\$3.114,63	\$ 1.994,883	\$1.119,74	\$ 135.678,52
11/9/2022	Cuota 7	\$3.114,63	\$ 2.011,108	\$1.103,52	\$ 133.667,41
11/10/2022	Cuota 8	\$3.114,63	\$ 2.027,465	\$1.087,16	\$ 131.639,95
11/11/2022	Cuota 9	\$3.114,63	\$ 2.043,955	\$1.070,67	\$ 129.595,99
11/12/2022	Cuota 10	\$3.114,63	\$ 2.060,579	\$1.054,05	\$ 127.535,41
11/1/2023	Cuota 11	\$3.114,63	\$ 2.077,338	\$1.037,29	\$ 125.458,08
11/2/2023	Cuota 12	\$3.114,63	\$ 2.094,234	\$1.020,39	\$ 123.363,84

11/3/2023	Cuota 13	\$3.114,63	\$ 2.111,267	\$1.003,36	\$ 121.252,58
11/4/2023	Cuota 14	\$3.114,63	\$ 2.128,439	\$986,19	\$ 119.124,14
11/5/2023	Cuota 15	\$3.114,63	\$ 2.145,750	\$968,88	\$ 116.978,39
11/6/2023	Cuota 16	\$3.114,63	\$ 2.163,202	\$951,42	\$ 114.815,18
11/7/2023	Cuota 17	\$3.114,63	\$ 2.180,796	\$933,83	\$ 112.634,39
11/8/2023	Cuota 18	\$3.114,63	\$ 2.198,533	\$916,09	\$ 110.435,86
11/9/2023	Cuota 19	\$3.114,63	\$ 2.216,415	\$898,21	\$ 108.219,44
11/10/2023	Cuota 20	\$3.114,63	\$ 2.234,441	\$880,18	\$ 105.985,00
11/11/2023	Cuota 21	\$3.114,63	\$ 2.252,615	\$862,01	\$ 103.732,38
11/12/2023	Cuota 22	\$3.114,63	\$ 2.270,936	\$843,69	\$ 101.461,45
11/1/2024	Cuota 23	\$3.114,63	\$ 2.289,406	\$825,22	\$ 99.172,04
11/2/2024	Cuota 24	\$3.114,63	\$ 2.308,027	\$806,60	\$ 96.864,02
11/3/2024	Cuota 25	\$3.114,63	\$ 2.326,799	\$787,83	\$ 94.537,22
11/4/2024	Cuota 26	\$3.114,63	\$ 2.345,723	\$768,90	\$ 92.191,49
11/5/2024	Cuota 27	\$3.114,63	\$ 2.364,802	\$749,82	\$ 89.826,69
11/6/2024	Cuota 28	\$3.114,63	\$ 2.384,036	\$730,59	\$ 87.442,66
11/7/2024	Cuota 29	\$3.114,63	\$ 2.403,426	\$711,20	\$ 85.039,23
11/8/2024	Cuota 30	\$3.114,63	\$ 2.422,974	\$691,65	\$ 82.616,26
11/9/2024	Cuota 31	\$3.114,63	\$ 2.442,681	\$671,95	\$ 80.173,57
11/10/2024	Cuota 32	\$3.114,63	\$ 2.462,548	\$652,08	\$ 77.711,03
11/11/2024	Cuota 33	\$3.114,63	\$ 2.482,576	\$632,05	\$ 75.228,45
11/12/2024	Cuota 34	\$3.114,63	\$ 2.502,768	\$611,86	\$ 72.725,68
11/1/2025	Cuota 35	\$3.114,63	\$ 2.523,124	\$591,50	\$ 70.202,56
11/2/2025	Cuota 36	\$3.114,63	\$ 2.543,645	\$570,98	\$ 67.658,91
11/3/2025	Cuota 37	\$3.114,63	\$ 2.564,334	\$550,29	\$ 65.094,58
11/4/2025	Cuota 38	\$3.114,63	\$ 2.585,190	\$529,44	\$ 62.509,39
11/5/2025	Cuota 39	\$3.114,63	\$ 2.606,216	\$508,41	\$ 59.903,17
11/6/2025	Cuota 40	\$3.114,63	\$ 2.627,414	\$487,21	\$ 57.275,76
11/7/2025	Cuota 41	\$3.114,63	\$ 2.648,783	\$465,84	\$ 54.626,98
11/8/2025	Cuota 42	\$3.114,63	\$ 2.670,327	\$444,30	\$ 51.956,65
11/9/2025	Cuota 43	\$3.114,63	\$ 2.692,045	\$422,58	\$ 49.264,60
11/10/2025	Cuota 44	\$3.114,63	\$ 2.713,941	\$400,69	\$ 46.550,66
11/11/2025	Cuota 45	\$3.114,63	\$ 2.736,014	\$378,61	\$ 43.814,65
11/12/2025	Cuota 46	\$3.114,63	\$ 2.758,267	\$356,36	\$ 41.056,38
11/1/2026	Cuota 47	\$3.114,63	\$ 2.780,701	\$333,93	\$ 38.275,68
11/2/2026	Cuota 48	\$3.114,63	\$ 2.803,317	\$311,31	\$ 35.472,36
11/3/2026	Cuota 49	\$3.114,63	\$ 2.826,118	\$288,51	\$ 32.646,25
11/4/2026	Cuota 50	\$3.114,63	\$ 2.849,103	\$265,52	\$ 29.797,14
11/5/2026	Cuota 51	\$3.114,63	\$ 2.872,276	\$242,35	\$ 26.924,87
11/6/2026	Cuota 52	\$3.114,63	\$ 2.895,637	\$218,99	\$ 24.029,23
11/7/2026	Cuota 53	\$3.114,63	\$ 2.919,188	\$195,44	\$ 21.110,04
11/8/2026	Cuota 54	\$3.114,63	\$ 2.942,931	\$171,69	\$ 18.167,11
12/8/2026	Cuota 55	\$3.114,63	\$ 2.966,867	\$147,76	\$ 15.200,24
13/8/2026	Cuota 56	\$3.114,63	\$ 2.990,998	\$123,63	\$ 12.209,24
14/8/2026	Cuota 57	\$3.114,63	\$ 3.015,324	\$99,30	\$ 9.193,92
15/8/2026	Cuota 58	\$3.114,63	\$ 3.039,849	\$74,78	\$ 6.154,07

16/8/2026	Cuota 59	\$3.114,63	\$ 3.064,573	\$50,05	\$ 3.089,50
17/8/2026	Cuota 60	\$3.114,63	\$ 3.089,498	\$25,13	\$ 0,00

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.7 Depreciación de activos fijos

Tabla 39-4: Depreciación de activos fijos

Denominación	Valor bien	Depreciación por ley	Depreciación anual	Depreciación en el proyecto	Valor de salvamento
Terreno	\$ 10.560,00				
Construcciones y edificaciones	\$ 49.800,00	20	\$ 2.490,00	\$ 12.450,00	\$37.350,00
Maquinaria y equipos	\$ 3.248,00	10	\$ 324,80	\$ 1.624,00	\$ 1.624,00
Equipos de computo	\$ 5.000,00	3	\$ 1.666,67	\$ 8.333,33	\$ -3.333,33
Muebles y enseres	\$ 2.550,00	10	\$ 255,00	\$ 1.275,00	\$ 1.275,00
Vehículo	\$ 20.800,00	5	\$ 4.160,00	\$ 20.800,00	\$ 0,00
Total	\$ 91.958,00		\$ 8.896,47	\$ 44.482,33	\$ 36.915,67

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.8 Estructura de costos y gastos

Tabla 40-4: Estructuración de costos y gastos

Denominación	Año				
	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de producción	\$ 22.391,17	\$ 43.288,92	49.234,10	58.450,08	72.432,59
Mano de obra indirecta	\$ 17.338,70	\$ 18.891,92	\$ 21.486,49	\$ 25.508,48	\$ 31.610,65
Mano de obra directa	\$ 19.889,02	\$ 21.670,70	\$ 24.646,90	\$ 29.260,48	\$ 36.260,21
Materiales e insumos	\$ 2.502,15	\$ 2.726,30	\$ 3.100,72	\$ 3.681,13	\$ 4.561,74
Gastos administrativos	\$ 37.373,73	\$ 39.924,75	\$ 44.186,10	\$ 50.791,85	\$ 60.814,12
Sueldos y salarios	\$ 26.961,26	\$ 29.376,48	\$ 33.410,97	\$ 39.665,07	\$ 49.153,80
Servicios básicos	\$ 966,00	\$ 1.052,54	\$ 1.197,09	\$ 1.421,17	\$ 1.761,14
Permisos	\$ 550,00	599,27	\$ 681,57	\$ 809,15	\$ 1.002,72
Depreciación	\$ 8.896,47	\$ 8.896,47	\$ 8.896,47	\$ 8.896,47	\$ 8.896,47
Gastos en ventas	\$ 2.700,00	\$ 2.941,87	\$ 3.345,90	\$ 3.972,21	\$ 4.922,44
Promoción y publicidad	\$ 2.700,00	2.941,87	3.345,90	3.972,21	4.922,44
Gastos financieros	\$ 11.509,69	\$ 8.632,27	\$ 5.754,85	\$ 2.877,42	0

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.9 Ingresos

Tabla 41-4: Ingresos de los dos paquetes diseñados

		AÑO				
		2021	2022	2023	2024	2025
Ruta "Ishkay Yaku"	Turistas	1470	1528	1589	1651	1715
	Precio	\$ 48,30	\$ 48,30	\$ 48,30	\$ 48,30	\$ 48,30
	Subtotal	\$ 71.001,00	\$ 73.802,40	\$ 76.748,70	\$ 79.743,30	\$ 82.834,50
Ruta "Bola Loma"	Turistas	1470	1528	1589	1651	1715
	Precio	\$ 87,27	\$ 87,27	\$ 87,27	\$ 87,27	\$ 87,27
	Subtotal	\$128.286,90	\$ 133.348,56	\$138.672,03	\$144.082,77	\$149.668,05
Total		\$ 235.008,90	\$199.287,90	\$ 207.150,96	\$215.420,73	\$223.826,07

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.10 Resultados

Tabla 42-4: Estados de resultados

Denominación	AÑO				
	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas netas	\$199.287,90	\$207.150,96	\$215.420,73	\$223.826,07	\$232.502,55
(-) Costos de producción	\$ 22.391,17	\$ 43.288,92	\$ 49.234,10	\$ 58.450,08	\$ 72.432,59
(=) Utilidad bruta	\$ 176.896,73	\$ 163.862,04	\$ 166.186,63	\$ 165.375,99	\$ 160.069,96
(-) Gastos administrativos	\$ 37.373,73	\$ 39.924,75	\$ 44.186,10	\$ 50.791,85	\$ 60.814,12
(-) Gastos de ventas	\$ 2.700,00	\$ 2.941,87	\$ 3.345,90	\$ 3.972,21	\$ 4.922,44
(=) Utilidad operativa	\$ 136.823,00	\$ 120.995,42	\$ 118.654,63	\$ 110.611,93	\$ 94.333,40
(-) Gastos financieros	\$ 11.509,69	\$ 8.632,27	\$ 5.754,85	\$ 2.877,42	0,00
(=) Utilidad antes de impuestos y repartición de bienes	\$ 125.313,31	\$ 112.363,15	\$ 112.899,79	\$ 107.734,50	\$ 94.333,40
(-) Impuestos (12%)	\$ 15.037,60	\$ 13.483,58	\$ 13.547,97	\$ 12.928,14	\$ 11.320,01
(=) Utilidad antes de repartición de utilidades	\$ 110.275,71	\$ 98.879,57	\$ 99.351,81	\$ 94.806,36	\$ 83.013,39
(-) Repartición de utilidades (20%)	\$ 22.055,14	\$ 19.775,91	\$ 19.870,36	\$ 18.961,27	\$ 16.602,68
(=) Utilidad neta	\$ 88.220,57	\$ 79.103,66	\$ 79.481,45	\$ 75.845,09	\$ 66.410,71

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

4.6.11 Flujo de caja

Tabla 43-4: Flujo de caja

Denominación	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inversión	\$ 180.862,25					
Valor de salvamento						\$ 36.915,67
Capital de trabajo						\$ 68.657,13
Utilidad Neta		\$ 88.220,57	\$ 79.103,66	\$ 79.481,45	\$ 75.845,09	\$ 66.410,71
Depreciaciones		\$ 8.896,47	\$ 8.896,47	\$ 8.896,47	\$ 8.896,47	\$ 8.896,47
Flujo de caja	\$-180.862,25	\$97.117,03	\$88.000,13	\$88.377,92	\$84.741,56	\$180.879,98
Factor de actualización	1	0,911078717	0,830064429	0,756254035	0,689006956	0,627739574
Flujo de caja actualizado	\$ -180.862,25	\$ 88.481,26	\$ 73.045,77	\$ 66.836,16	\$ 58.387,52	\$ 113.545,52

Flujo de caja acumulada	\$-92.380,99	\$161.527,04	\$ 228.363,19	\$ 286.750,72	\$ 400.296,24
-------------------------	--------------	---------------------	----------------------	---------------	---------------

Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)

VAN	\$ 219.433,99
TIR	46%
RBC	2,21
PR	Entre el 2 y 3

CONCLUSIÓN

- De las 316 familias encuestadas, un 90% cuentan con todos los servicios básicos y 10 % no cuentan especialmente en el sector Bola Loma, además existe una alta demanda migratoria a partir del año 2019 debido a la pandemia que ha provocado abandonar sus hogares. Además, la comunidad se encuentra desarticulada, esto ha ocasionado problemas para poder desarrollar el turismo, todo esto ha confluído un pobre desarrollo turístico en la zona.
- En la actualidad los socios que conforman el Proyecto “Riego Bola Loma” han ejecutado insipientemente algunas actividades en pos del desarrollo turístico, aprovechando los recursos que posee la comunidad, han reconocido al turismo como una actividad complementaria al sistema local de la comunidad.
- El estudio de mercado constituyó una herramienta fundamental que permitió tener resultados reales sobre las preferencias y tendencias turísticas para el diseño de los paquetes, teniendo una aceptación del 97% de la demanda dispuestos en conocer la comunidad.
- La comunidad tiene un gran potencial para el desarrollo turístico, debido a que se identificaron un total de 17 atractivos, de los cuales 7 son naturales y 11 pertenecen a las manifestaciones culturales de jerarquía I, debido a que se encuentra en total abandono, lo que se refleja la inexistencia de facilidades y de planta turística.
- Se concluye que los dos paquetes propuestos reflejan de una manera técnica el potencial turístico de la zona y las preferencias de la demanda. Las rutas diseñadas se denominan Ruta Ishkay Yaku y Ruta Bola Loma, las que combinan atractivos culturales y naturales, a través de la oferta de itinerarios de servicios que incluyen el precio de venta por pax.
- El marketing mix es una estrategia buena para la promoción y comercialización de los paquetes, la misma que permitió determinar la demanda que va ser dirigido los paquetes e incluso se creó un logo con atractivos más representativos de la zona, la misma que se utilizó como marca de la comunidad, además se difundió por distintos medios de comunicación directos e indirectos como las redes sociales (Facebook, YouTube), pagina web y un guía turístico, estas herramientas ayudarán en buen desarrollo del producto e incluso a posicionarse en el mercado a nivel local y nacional.
- Es primordial un marco legal claro y una cartera de actores para alianzas estratégicas. De acuerdo a las leyes y reglamentos la comunidad Chuichun podrá crear un Centro de Turismo Comunitario,

que deberá tramitarse con el Ministerio de Turismo, para el buen funcionamiento operativo de su negocio. Esto contribuirá para el desarrollo turístico y económico de la comunidad abriendo fuentes de empleo y reduciendo migración en la comunidad.

- El estudio financiero determina que el proyecto es viable, ya que la tasa interna de retorno corresponde al 46%, superior a la tasa bancaria (10%), un valor actual neto que arroja un resultado positivo de \$ 219.433,99, además la relación beneficio costo es de \$ 2,21, esto muestra que el proyecto es factible, ya que por cada \$1 que se invierte se recuperará el mismo \$1 y se obtiene un margen de ganancia neta de \$ 1,21 ctvs. El periodo de recuperación del capital está entre el año 2 y 3, esto indica que el proyecto se encuentra dentro del límite del tiempo.

RECOMENDACIÓN

- Se recomienda a la comunidad formar un Centro Turismo Comunitario bajo los reglamentos y leyes de los CTC.
- Contar con el apoyo continuo y permanente con las autoridades provinciales, cantonales y locales con el fin de alcanzar la creación de un CTC.
- Trabajar conjuntamente con todos los sectores que conforma la comunidad, para mantener relaciones cercanas e involucrarse en las actividades o proyectos en desarrollo turístico de la comunidad.
- Realizar alianzas de negocios con los tours aperadoras para que puedan incorporar los atractivos de la comunidad a rutas nacionales, además con instituciones de Educaciones Superiores incorporado profesionales en turismo a sus organizaciones con el objetivo de fortalecer las capacidades de los pobladores, para el buen manejo de la oferta.
- Capacitar a los miembros que conformarán la directiva del Centro de turismo comunitario, en el ámbito turístico para que tengan conocimientos de cómo saber manejarlo.
- Gestionar recursos económicos a instituciones públicas y privadas para el mantenimiento implementaciones de mesas interpretativas de los atractivos.
- Emplear otras estrategias de promoción y comercialización de los paquetes atreves de radios, canales de televisión, periódicos u otro medio de comunicación, enfatizando la importancia de hacer el turismo en zonas rurales, tendiendo contacto directo con la naturaleza y vivir experiencias de convivencias con los pobladores de la localidad.
- Ejecutar el proyecto de acuerdo a la estructura de presupuestos en las áreas: comercial, productivo y administrativo.

BIBLIOGRAFÍA

ARÉVALO, C., & ROMERO, R. Turismo comunitario en Azuay y Cañar [en línea] (Trabajo de Titulación). Universidad de Azuay, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, Escuela de Turismo, Cuenca, Ecuador. 2018. pp. 52. [Consulta: 8-02-2022]. Disponible en: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7972/1/13710.pdf>

BRAVO, O., & ZAMBRANO, P. "Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre". *Revista Espacios* [en línea], 2018, (Ecuador) vol. 39 (Nº 07), pp. 28. [Consulta: 8-02-2022]. ISSN 09781015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>

CABANILLO, E. *CONFIGURACION SOCIO-ESPACIAL DEL TURISMO COMUNITARIO CASO REPUBLICA DEL ECUADOR* [en línea] (Doctorado en Geografía). Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina. 2016. pp. 100 [Consulta: 8-02-2022]. Disponible en: <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/3430/TesisTomo I y II.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO INTERCULTURAL DE CANTÓN CAÑAR (GADICC), Capital Arqueológica y Cultural del Ecuador. *Revista CACE* [en línea], 2021, Cañar (Ecuador), pp. 79. [Consulta: 8-02-2022]. Disponible en: https://issuu.com/municipiointerculturalcanar/docs/revista_cace_2021

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL), 2019. Planificación para el desarrollo territorial sostenible en América Latina y el Caribe . . Santiago:

CÓRDOVA, S. y SANDOVAL, P., 2002. (No Title). . Santiago:

CORSINI, G., ARDITO, R., CERRI, B.; & BECCHINI, M.F., 1964. CONSIDERAZIONI SULLA INSULINO-RESISTENZA A PROPOSITO DELLE ALTERAZIONI DEL METABOLISMO INSULINICO RILEVABILI NEGLI SCHIZOFRENICI AL TERMINE DI UN CICLO DI SHOCK-TERAPIA SECONDO SAKEL. *La Clinica terapeutica*, vol. 30, pp. 416-421. ISSN 00099074.

DELMORO, J., MUÑOZ, D., NADAL, V., CLEMENTZ, A.; & PRANZETTI, V., 2010. EL COLOR EN LOS ALIMENTOS: *DETERMINACIÓN DE COLOR EN MIELES.* , vol. 13, pp. 145-152.

DURAZNO, W., 2009. *UNIVERSIDAD DEL AZUAY*. Cuenca: Universidad del Azuay.

ENTORNO TURÍSTICO, 2016. Itinerario - Entorno Turístico.

ENTORNO TURÍSTICO, 2021. ¿Qué es un paquete turístico y cómo se clasifica? - Entorno Turístico.

ERNEST, C., 2009. Aportes del Turismo Comunitario al desarrollo rural. *Blog de la prensa rural* [en línea]. 7 agosto 2009. pp. 1. [Consulta: 8 febrero 2022]. Disponible en: <https://www.albasud.org/blog/es/42/aportes-del-turismo-comunitario-al-desarrollo-rural>.

ESCUELA NEGOCIOS (EDUN), 2011. Estudio organizacional presentacion. <https://es.slideshare.net/>.

GUISADO, P., 2009. Los colores - Turismo y Hotelería. *Relaciones publicas* [en línea]. [Consulta: 10 febrero 2022]. Disponible en: <https://utntyh.com/relaciones-publicas-los-colores/>.

GUTIERREZ, A.L., 2016. Marketing mix – UNIVIA. <http://univia.info>.

GUZMÁN, A., CASTRO, A., ÁVILA, C. & GARCÍA, V., 2012. La percepción de los turistas hacia la oferta hotelera, restaurantera, y transporte turístico de Tabasco, México. . Carballiño:

HELMUT, C.S., 2019. Demanda potencial: cómo se calcula y ejemplos. .

HERNANDEZ, C., 2016. Paquete turistico. .

INTERMARK, 2013. Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios-Productos y Destinos Turísticos Sostenibles-Pag. 1 Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios-Productos y Destinos Turísticos Sosten. . S.l.:

INVAT-TUR, 2016. Como definir a un Turista - Invattur. *INVAT-TUR*.

JIMENEZ, A., 2021. Cuáles son los factores condicionantes de la oferta y la demanda. <https://www.elblogsalmon.com/>.

LLONTOP, C., 2008. Elaboración de paquetes turísticos . .

MENDOZA, S.D.G., 2015. Universidad Mayor De San. *Estadística 1*, vol. 5, no. 48, pp. 01-75. ISSN 2312-4253.

METE, M.R., 2014. VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE

INVERSION Lic. Marcos Roberto Mete NET PRESENT VALUE AND INTERNAL RATE OF RETURN: ITS UTILITY AS TOOLS FOR ANALYSIS AND EVALUATION OF. . S.I.:

MINTUR, 2010. REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURISTICOS COMUNITARIOS. . Quito:

MINTUR, 2019. Plan Estratégico Institucional 2019-2021. .

MUIRRAGUI, V., GUEVERA, J., PACHECO, F. y PACHECO, L., 2016. Empresas Turísticas de Bases Comunitarias en Ecuador. *Revista de pensamiento crítico* [en línea], [Consulta: 16 febrero 2022]. Disponible en: <http://pacarinadelsur.com/nuestra-america/indoamerica/1401-empresas-turisticas-de-bases-comunitarias-en-ecuador>.

NETDISSENY, 2019. Nociones básicas de diseño «Teoría de color». [en línea]. España: [Consulta: 10 febrero 2022]. Disponible en: <http://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/color.pdf>.

OÑATE, K., 2019. *ESCUELA SUPERIOR PODISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE CANYONING PARA EL CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

PANTALEÓN, E.R., 2016. Clases de demanda y definicion de cada tipo. .

PEIRO, R., 2021. Psicología del color naranja. [en línea], [Consulta: 10 febrero 2022]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/psicologia-del-color-naranja.html>.

RECURSODEAUTOAYUDA, 2020. ¿Cuáles son los componentes sociales? .

RIQUELME, M., 2012. Periodo de Recuperación del Capital (PRC). <https://www.webyempresas.com>.

ROLDAN, paula nicole, 2017. Análisis financiero - Qué es, definición y concepto | 2021 | Economipedia. <https://economipedia.com/>.

SALAZAR, SHAKIRA; TIERRA , NANCY; SALAS, M., 2020. Diagnóstico situacional de la comunidad Capirona , parroquia Puerto Napo , cantón Tena , provincia de Napo , previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos Napo province , prior to preparation the of inventory of tourist attractions. , vol. 4, pp. 355-377.

SALVADOR, M., 2020. El Color Verde. [en línea]. [Consulta: 10 febrero 2022]. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/456666416/Que-significa-el-color-verde>.

SANCHÉZ, G.J., 2016. Análisis económico - Qué es, definición y concepto | 2021 | Economipedia. <https://economipedia.com>.

SEGATORE, N., 2019. La importancia del Estudio Organizacional. <https://proyectosuntref.wixsite.com>.

TAMARIZ, Y., 2015. Las 4 P vs LAS 4 C en el proceso del marketing electrónico. *Revista Lidera* [en línea], pp. 6. Disponible en: file:///C:/Users/vec/Downloads/16794-Texto del artículo-66734-1-10-20170421.pdf.

TIERRA, P., 2012. Texto Básico. [en línea], pp. 74. Disponible en: file:///C:/Users/Usuario/AppData/Local/Temp/TEXT0 BASICO 2012.pdf.

UCAÑAN, L.R., 2020. Relación beneficio costo: ejemplo en excel• gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com>.

UNWTO. Glosario de términos de turismo OMT. .

A handwritten signature in blue ink is written over a circular stamp. The stamp contains the text 'VERAAL' and 'estillo'.

ANEXO

ANEXO A: MODELO DE LA BOLETA CENSAL PARA EL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD

BOLETA CENSAL		Hoja 1/3																							
<p>La presente encuesta se realiza con el fin de obtener información relacionada con los factores sociales y demográficos de la comunidad Chuichum. Con la finalidad de elaborar un diagnóstico situacional del territorio. Se solicita nos facilite datos reales y verídicos los cuales serán tratados de forma estrictamente confidencial y con fines estadísticos.</p>																									
UBICACION	INFORMACIÓN GENERAL	DATOS DE REGISTRO																							
	<p>a.- Sector: _____</p> <p>b.- Apellidos de la familia: _____</p>	<p>c.- Encuesta _____</p> <p>d.- Fecha _____</p> <p>e.- Encuestador _____</p> <p>f.- Supervisor _____</p>																							
DATOS DE LA VIVIENDA	1.- TIPO DE VIVIENDA	7.- ¿UTILIZA ELECTRICIDAD DEL SISTEMA INTERCONECTADO?																							
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Casa o Villa..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td>Departamento..... <input type="checkbox"/> 02</td> </tr> <tr> <td>Cuarto..... <input type="checkbox"/> 03</td> <td>Mediagua..... <input type="checkbox"/> 04</td> </tr> <tr> <td>Rancho..... <input type="checkbox"/> 05</td> <td>Covacha..... <input type="checkbox"/> 06</td> </tr> <tr> <td>Choza..... <input type="checkbox"/> 07</td> <td>Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 08</td> </tr> </table>	Casa o Villa..... <input type="checkbox"/> 01	Departamento..... <input type="checkbox"/> 02	Cuarto..... <input type="checkbox"/> 03	Mediagua..... <input type="checkbox"/> 04	Rancho..... <input type="checkbox"/> 05	Covacha..... <input type="checkbox"/> 06	Choza..... <input type="checkbox"/> 07	Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 08	<p>SI..... <input type="checkbox"/> 01 NO..... <input type="checkbox"/> 02</p> <p style="padding-left: 40px;"><i>Energía alternativa</i> _____</p>															
	Casa o Villa..... <input type="checkbox"/> 01	Departamento..... <input type="checkbox"/> 02																							
	Cuarto..... <input type="checkbox"/> 03	Mediagua..... <input type="checkbox"/> 04																							
	Rancho..... <input type="checkbox"/> 05	Covacha..... <input type="checkbox"/> 06																							
	Choza..... <input type="checkbox"/> 07	Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 08																							
	2.- MATERIALES PREDOMINANTES EN LA CONSTRUCCION	8.- ¿DISPONE DE SERVICIO TELEFONICO FIJO?																							
	<p>01.- TECHO O CUBIERTA</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Losa de homigón..... <input type="checkbox"/> 001</td> <td>Asbesto o similares..... <input type="checkbox"/> 002</td> </tr> <tr> <td>Zinc..... <input type="checkbox"/> 003</td> <td>Teja..... <input type="checkbox"/> 004</td> </tr> <tr> <td>Paja o similares..... <input type="checkbox"/> 005</td> <td>Otros (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 006</td> </tr> </table> <p>02.- PAREDES EXTERIORES</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Adobe o tapia..... <input type="checkbox"/> 001</td> <td>Madera..... <input type="checkbox"/> 002</td> </tr> <tr> <td>Hormigón, ladrillo, bloque..... <input type="checkbox"/> 003</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otros materiales (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 004</td> <td></td> </tr> </table> <p>03.- PISO</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Entablado o parquet..... <input type="checkbox"/> 001</td> <td>Baldosa o Vinyl..... <input type="checkbox"/> 002</td> </tr> <tr> <td>Ladrillo o cemento..... <input type="checkbox"/> 003</td> <td>Caña..... <input type="checkbox"/> 004</td> </tr> <tr> <td>Otros materiales (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 005</td> <td></td> </tr> </table>	Losa de homigón..... <input type="checkbox"/> 001	Asbesto o similares..... <input type="checkbox"/> 002	Zinc..... <input type="checkbox"/> 003	Teja..... <input type="checkbox"/> 004	Paja o similares..... <input type="checkbox"/> 005	Otros (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 006	Adobe o tapia..... <input type="checkbox"/> 001	Madera..... <input type="checkbox"/> 002	Hormigón, ladrillo, bloque..... <input type="checkbox"/> 003		Otros materiales (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 004		Entablado o parquet..... <input type="checkbox"/> 001	Baldosa o Vinyl..... <input type="checkbox"/> 002	Ladrillo o cemento..... <input type="checkbox"/> 003	Caña..... <input type="checkbox"/> 004	Otros materiales (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 005		<p>SI..... <input type="checkbox"/> 01 NO..... <input type="checkbox"/> 02</p>					
	Losa de homigón..... <input type="checkbox"/> 001	Asbesto o similares..... <input type="checkbox"/> 002																							
	Zinc..... <input type="checkbox"/> 003	Teja..... <input type="checkbox"/> 004																							
	Paja o similares..... <input type="checkbox"/> 005	Otros (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 006																							
	Adobe o tapia..... <input type="checkbox"/> 001	Madera..... <input type="checkbox"/> 002																							
	Hormigón, ladrillo, bloque..... <input type="checkbox"/> 003																								
	Otros materiales (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 004																								
	Entablado o parquet..... <input type="checkbox"/> 001	Baldosa o Vinyl..... <input type="checkbox"/> 002																							
Ladrillo o cemento..... <input type="checkbox"/> 003	Caña..... <input type="checkbox"/> 004																								
Otros materiales (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 005																									
3.- CONDICIÓN DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA	9.- ¿DISPONE DE SERVICIO TELEFÓNICO CELULAR?																								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Ocupada con personas presentes..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ocupada con personas ausentes..... <input type="checkbox"/> 02</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Desocupada / Abandonada..... <input type="checkbox"/> 03</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En construcción..... <input type="checkbox"/> 04</td> <td></td> </tr> </table>	Ocupada con personas presentes..... <input type="checkbox"/> 01		Ocupada con personas ausentes..... <input type="checkbox"/> 02		Desocupada / Abandonada..... <input type="checkbox"/> 03		En construcción..... <input type="checkbox"/> 04		<p>01.- SI <input type="checkbox"/> Claro <input type="checkbox"/> 001 Movistar <input type="checkbox"/> 002 CNT <input type="checkbox"/> 003</p> <p>02.- NO <input type="checkbox"/></p>																
Ocupada con personas presentes..... <input type="checkbox"/> 01																									
Ocupada con personas ausentes..... <input type="checkbox"/> 02																									
Desocupada / Abandonada..... <input type="checkbox"/> 03																									
En construcción..... <input type="checkbox"/> 04																									
4.- CONDICIÓN DE PROPIEDAD DE VIVIENDA:	10.- ¿DISPONE DE SERVICIO DE INTERNET?																								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Propia..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td>Arrendada..... <input type="checkbox"/> 02</td> </tr> <tr> <td>En anticresis..... <input type="checkbox"/> 03</td> <td>Gratuita..... <input type="checkbox"/> 04</td> </tr> <tr> <td>Por servicios..... <input type="checkbox"/> 05</td> <td>Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 06</td> </tr> </table>	Propia..... <input type="checkbox"/> 01	Arrendada..... <input type="checkbox"/> 02	En anticresis..... <input type="checkbox"/> 03	Gratuita..... <input type="checkbox"/> 04	Por servicios..... <input type="checkbox"/> 05	Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 06	<p>01.- SI <input type="checkbox"/> 02.- NO <input type="checkbox"/></p>																		
Propia..... <input type="checkbox"/> 01	Arrendada..... <input type="checkbox"/> 02																								
En anticresis..... <input type="checkbox"/> 03	Gratuita..... <input type="checkbox"/> 04																								
Por servicios..... <input type="checkbox"/> 05	Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 06																								
5.- ¿DÓNDE RESIDEN HABITUALMENTE?	11.- ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL COMBUSTIBLE O ENERGÍA QUE SE UTILIZA EN ESTE HOGAR PARA COCINAR?																								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Cabecera Cantonal..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td>Cabecera Parroquial..... <input type="checkbox"/> 02</td> </tr> <tr> <td>En el sector (encuesta)..... <input type="checkbox"/> 02</td> <td>Otro Cantón..... <input type="checkbox"/> 03</td> </tr> </table>	Cabecera Cantonal..... <input type="checkbox"/> 01	Cabecera Parroquial..... <input type="checkbox"/> 02	En el sector (encuesta)..... <input type="checkbox"/> 02	Otro Cantón..... <input type="checkbox"/> 03	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Gas..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td>Electricidad..... <input type="checkbox"/> 02</td> </tr> <tr> <td>Gasolina..... <input type="checkbox"/> 03</td> <td>Diésel..... <input type="checkbox"/> 04</td> </tr> <tr> <td>Leña o carbón..... <input type="checkbox"/> 05</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 06</td> <td></td> </tr> </table>	Gas..... <input type="checkbox"/> 01	Electricidad..... <input type="checkbox"/> 02	Gasolina..... <input type="checkbox"/> 03	Diésel..... <input type="checkbox"/> 04	Leña o carbón..... <input type="checkbox"/> 05		Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 06													
Cabecera Cantonal..... <input type="checkbox"/> 01	Cabecera Parroquial..... <input type="checkbox"/> 02																								
En el sector (encuesta)..... <input type="checkbox"/> 02	Otro Cantón..... <input type="checkbox"/> 03																								
Gas..... <input type="checkbox"/> 01	Electricidad..... <input type="checkbox"/> 02																								
Gasolina..... <input type="checkbox"/> 03	Diésel..... <input type="checkbox"/> 04																								
Leña o carbón..... <input type="checkbox"/> 05																									
Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 06																									
6.- ABASTECIMIENTO DE AGUA EN VIVIENDA	12.- EL SERVICIO HIGIÉNICO DE ESTA VIVIENDA ES:																								
<p>01.- ¿CÓMO SE OBTIENE EL AGUA PARA LA VIVIENDA?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Por tubería dentro de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 001</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Por tubería fuera de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 002</td> <td></td> </tr> <tr> <td>No recibe agua por tubería, sino por otros medios..... <input type="checkbox"/> 003</td> <td></td> </tr> </table> <p>02.- ¿DE DÓNDE PROVIENE EL AGUA QUE RECIBE?</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>De la red pública..... <input type="checkbox"/> 001</td> <td></td> </tr> <tr> <td>De pozo..... <input type="checkbox"/> 002</td> <td></td> </tr> <tr> <td>De río, vertiente, acequia o canal..... <input type="checkbox"/> 003</td> <td></td> </tr> <tr> <td>De carro repartidor..... <input type="checkbox"/> 004</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 005</td> <td></td> </tr> </table>	Por tubería dentro de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 001		Por tubería fuera de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 002		No recibe agua por tubería, sino por otros medios..... <input type="checkbox"/> 003		De la red pública..... <input type="checkbox"/> 001		De pozo..... <input type="checkbox"/> 002		De río, vertiente, acequia o canal..... <input type="checkbox"/> 003		De carro repartidor..... <input type="checkbox"/> 004		Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 005		<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Excusado exclusivo hogar..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td>Letrina..... <input type="checkbox"/> 04</td> </tr> <tr> <td>Excusado varios hogares..... <input type="checkbox"/> 02</td> <td>Pozo Ciego..... <input type="checkbox"/> 03</td> </tr> <tr> <td>Pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 05</td> <td>Ninguno..... <input type="checkbox"/> 06</td> </tr> <tr> <td>Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 07</td> <td></td> </tr> </table>	Excusado exclusivo hogar..... <input type="checkbox"/> 01	Letrina..... <input type="checkbox"/> 04	Excusado varios hogares..... <input type="checkbox"/> 02	Pozo Ciego..... <input type="checkbox"/> 03	Pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 05	Ninguno..... <input type="checkbox"/> 06	Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 07	
Por tubería dentro de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 001																									
Por tubería fuera de la vivienda..... <input type="checkbox"/> 002																									
No recibe agua por tubería, sino por otros medios..... <input type="checkbox"/> 003																									
De la red pública..... <input type="checkbox"/> 001																									
De pozo..... <input type="checkbox"/> 002																									
De río, vertiente, acequia o canal..... <input type="checkbox"/> 003																									
De carro repartidor..... <input type="checkbox"/> 004																									
Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 005																									
Excusado exclusivo hogar..... <input type="checkbox"/> 01	Letrina..... <input type="checkbox"/> 04																								
Excusado varios hogares..... <input type="checkbox"/> 02	Pozo Ciego..... <input type="checkbox"/> 03																								
Pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 05	Ninguno..... <input type="checkbox"/> 06																								
Otro (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 07																									
13.- ¿CÓMO SE ELIMINAN LAS AGUAS NEGRAS O SERVIDAS DE ESTA VIVIENDA?	14.- ¿SE DA ALGUN TRATAMIENTO A LOS RESIDUOS CASEROS?																								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Por red pública de alcantarillado..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Por pozo ciego..... <input type="checkbox"/> 02</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Por pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 03</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aire libre..... <input type="checkbox"/> 04</td> <td>Otro..... <input type="checkbox"/> 05</td> </tr> </table>	Por red pública de alcantarillado..... <input type="checkbox"/> 01		Por pozo ciego..... <input type="checkbox"/> 02		Por pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 03		Aire libre..... <input type="checkbox"/> 04	Otro..... <input type="checkbox"/> 05	<p>SI <input type="checkbox"/> 01..... ¿Cuál? _____</p> <p>NO <input type="checkbox"/> 01</p>																
Por red pública de alcantarillado..... <input type="checkbox"/> 01																									
Por pozo ciego..... <input type="checkbox"/> 02																									
Por pozo séptico..... <input type="checkbox"/> 03																									
Aire libre..... <input type="checkbox"/> 04	Otro..... <input type="checkbox"/> 05																								
15.- ¿CÓMO SE ELIMINA LA BASURA DE LA VIVIENDA?																									
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td>Por el carro recolector..... <input type="checkbox"/> 01</td> <td></td> </tr> <tr> <td>En terreno baldío o quebrada..... <input type="checkbox"/> 02</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Por incineración..... <input type="checkbox"/> 03</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entierro..... <input type="checkbox"/> 04</td> <td></td> </tr> <tr> <td>De otra forma (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 05</td> <td></td> </tr> </table>	Por el carro recolector..... <input type="checkbox"/> 01		En terreno baldío o quebrada..... <input type="checkbox"/> 02		Por incineración..... <input type="checkbox"/> 03		Entierro..... <input type="checkbox"/> 04		De otra forma (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 05																
Por el carro recolector..... <input type="checkbox"/> 01																									
En terreno baldío o quebrada..... <input type="checkbox"/> 02																									
Por incineración..... <input type="checkbox"/> 03																									
Entierro..... <input type="checkbox"/> 04																									
De otra forma (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 05																									

DATOS DE LA FAMILIA	16.- DE QUE RAZA, ETNIA O NACIONALIDAD SE CONSIDERA UD Y SU FAMILIA		21.- ¿CUÁNTOS JÓVENES ADOLESCENTES VIVEN CON UD?	
	Indígena..... <input type="checkbox"/> 01		¿Cuántos estudian? _____	
	Mestiza..... <input type="checkbox"/> 02		¿Cuántos terminaron el bachillerato? _____	
	Negro (Afro ecuatoriano)..... <input type="checkbox"/> 03		¿Cuántos trabajan? _____	
	Mulato..... <input type="checkbox"/> 04		22.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA HAN TENIDO ACCESO A ESTUDIOS SUPERIORES?	
	Blanco..... <input type="checkbox"/> 05		____ Carreras.....	
	Otro (especifique)..... <input type="checkbox"/> 06		23.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA ESTÁN EN CAPACIDAD DE TRABAJAR?	
	17.- ¿CUÁNTAS PERSONAS VIVEN EN SU HOGAR?		____	
	____	Cuántos hombres _____	O1 Edad.....	O2 Edad.....
	____	Cuántas mujeres _____	O1 Edad.....	O2 Edad.....
18.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU HOGAR HAN EMIGRADO?		24.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA ACTUALMENTE ESTÁN TRABAJANDO?		
Dentro del país. ____ Motivo:.....		____		
Fuera del país. ____ Motivo:.....		25.- NÚMERO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL HOGAR		
19.- ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA <u>NO</u> SABEN LEER Y ESCRIBIR?		____ Tipo:.....		
____		26.- ¿CUÁL ES EL INGRESO MENSUAL FAMILIAR PROMEDIO?		
20.- ¿CUÁNTOS NIÑOS VIVEN EN SU HOGAR?		\$ 000 - \$150 <input type="checkbox"/> 01		
____	¿Cuántos estudian? _____	\$ 151 - \$300 <input type="checkbox"/> 02		
____	¿Cuántos trabajan? _____	\$ 301 - \$450 <input type="checkbox"/> 03		
		\$ 451 - \$600 <input type="checkbox"/> 04		
		\$ 601 - \$750 <input type="checkbox"/> 05		
		\$ 751 - \$900 <input type="checkbox"/> 06		
		\$ 901 - \$1050 <input type="checkbox"/> 07		
		\$ 1051 - \$1200 <input type="checkbox"/> 08		
		\$ 1200 - \$1350 <input type="checkbox"/> 09		
		\$ 1351 - \$1500 <input type="checkbox"/> 10		
PARA EL JEFE DE FAMILIA	27.- ESTADO CIVIL:		33.- ¿CUALES SON LOS PRINCIPALES PRODUCTOS CULTIVADOS?	
	Unido..... <input type="checkbox"/> 01	Viuído..... <input type="checkbox"/> 02	_____	
	Soltero..... <input type="checkbox"/> 03	Separado..... <input type="checkbox"/> 04	_____	
	Casado..... <input type="checkbox"/> 05	No responde..... <input type="checkbox"/> 06	_____	
	Divorciado..... <input type="checkbox"/> 07		34.- ¿CUÁL ES LA PRODUCCIÓN (QUINTAL - CUADRA)?	
	28.- ¿CUENTA CON SEGURO SOCIAL (IESS - campesino)?	____ Cuadra		
	¿Cual? SI..... <input type="checkbox"/> 01 NO..... <input type="checkbox"/> 02	35.- LOS PRODUCTOS QUE UD CULTIVA SON DE CICLO:		
	29.- ¿ES MIEMBRO DE UNA ORGANIZACIÓN CAMPESINA?	Trimestral..... <input type="checkbox"/> 01	Mes de cultivo _____	
	SI..... <input type="checkbox"/> 01 NO..... <input type="checkbox"/> 02 Indique.....	Semestral..... <input type="checkbox"/> 02	A anual..... <input type="checkbox"/> 03	
	30.- ¿A QUÉ SE DEDICA?	Permanente..... <input type="checkbox"/> 04	36.- DE LAS TIERRAS DE PRODUCCIÓN BAJO SU CUIDADO, UD SE CONSIDERA:	
Trabaja..... <input type="checkbox"/> 01	Busca trabajo..... <input type="checkbox"/> 02	Propietario (con escritura)..... <input type="checkbox"/> 01		
Solo estudia..... <input type="checkbox"/> 03	Jubilado..... <input type="checkbox"/> 04	Propietario (sin escritura)..... <input type="checkbox"/> 03		
Estudia y trabaja... <input type="checkbox"/> 05	Impedido de trabajar... <input type="checkbox"/> 06	Posesionario..... <input type="checkbox"/> 02		
Quehaceres domésticos <input type="checkbox"/> 07		Arrendatario..... <input type="checkbox"/> 04		
Otro (especifique)..... <input type="checkbox"/> 08		37.-PRODUCCIÓN PECUARIA:		
31.- ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL OCUPACIÓN O TRABAJO?	____			
(Si su respuesta es Agropecuaria, continúe pregunta 33)	Vacuna..... <input type="checkbox"/> 01 UNIDADES _____			
32.- ¿CUÁL ES LA POSICIÓN O CATEGORÍA EN LA OCUPACIÓN QUE INDICA?	Porcino..... <input type="checkbox"/> 02 _____			
Patrón o socio Activo..... <input type="checkbox"/> 01	Ovina..... <input type="checkbox"/> 03 _____			
Cuenta propia..... <input type="checkbox"/> 02	Caballar..... <input type="checkbox"/> 04 _____			
EMPLEADO ASALARIADO	Mular..... <input type="checkbox"/> 05 _____			
Del Municipio o Consejo Provincial..... <input type="checkbox"/> 03	Especies menores... <input type="checkbox"/> 06 _____			
Del Estado..... <input type="checkbox"/> 04	Aves..... <input type="checkbox"/> 07 _____			
Del sector privado..... <input type="checkbox"/> 05	38.- ¿CUÁNTOS LITROS DE LECHE RECOLECTA AL DÍA?			
Trabajador familiar sin remuneración..... <input type="checkbox"/> 06	En litros: _____			
	Si su actividad ocupacional no es agrícola o pecuaria. FIN de la encuesta.			

	39.- ¿LA RECOLECCION Y TRANSPORTE DE LECHE LA REALIZA EN?		40.- ¿ELABORAN ARTICULOS ARTESANALES?	
	Canecas de plástico..... <input type="checkbox"/> 01 Budines de acero <input type="checkbox"/> 02 Otros <input type="checkbox"/> 03 ¿Cuáles? _____		SI <input type="checkbox"/> 01 Tipo? _____ NO <input type="checkbox"/> 02	
CONDICIONES DE SALUD	41.- ¿CUÁLES SON LAS ENFERMEDADES MAS COMUNES QUE SE PRESENTAN EN SU HOGAR?		42.- ¿DÓNDE ACUDE PARA CURAR SUS ENFERMEDADES?	
	Problemas respiratorios..... <input type="checkbox"/> 01 Problemas estomacales..... <input type="checkbox"/> 02 Problemas de la piel..... <input type="checkbox"/> 03 Otros (<i>especifique</i>)..... <input type="checkbox"/> 04 _____ _____		Médico..... <input type="checkbox"/> 01 Enfermera o auxiliar. <input type="checkbox"/> 02 Boticario. <input type="checkbox"/> 03 Curandero..... <input type="checkbox"/> 04 Sobador..... <input type="checkbox"/> 05 Otro..... <input type="checkbox"/> 06 ¿Cual? _____	
AYUDA SOCIAL	43.- ¿CUÁNTAS PERSONAS DE LA FAMILIA RECIBEN EL BONO DEL ESTADO?		44.- ¿LA FAMILIA FUE BENEFICIARIA DE PROYECTOS AMBIENTALES DEL ESTADO?	
	_____ _____ _____	Hombres:..... Mujeres:.....	Discapacidad..... <input type="checkbox"/> 01 Socio páramo..... <input type="checkbox"/> 02 Solidario..... <input type="checkbox"/> 02 Restauracion forestal..... <input type="checkbox"/> 03 Vivienda..... <input type="checkbox"/> 03 Otro..... <input type="checkbox"/> 06 Otro..... <input type="checkbox"/> 04 ¿Cual? _____	

Estimado(a) señor(a); la siguiente encuesta tiene la finalidad de analizar el perfil de los turistas y visitantes que llegan a la provincia Cañar, parroquia Ingapirca. Por tanto le pedimos se sirva llenar esta encuesta con toda la sinceridad posible, pues su información será de gran ayuda para la investigación correspondiente.

Por favor marque con una X la respuesta a las siguientes preguntas.

DATOS PERSONALES

A. Procedencia (Provincia)

.....

B. Género

- Femenino Masculino

C. Estado civil

- Soltero
 Casado
 Divorciado
 Viudo

D. Edad

- Entre 18 y 25 años
 Entre 26 y 35
 Entre 36 y 45
 Entre 46 y 55
 Más de 55 años

E. Nivel de educación

- Sin estudios
 Primaria
 Secundaria
 Superior

F. Ocupación

- Empleado público
 Empleado privado
 Empresario
 Comerciante
 Estudiante

DATOS INFORMATIVOS

1. ¿Cuál es su ingreso mensual?

- \$150-\$250 \$751-\$1000
 \$251-\$500 Más de \$1000
 \$501-\$750

2. ¿Cuál es el motivo de su visita a la parroquia Ingapirca, provincia de Cañar?

- Amigos Estudios
 Vacaciones Familia

3. ¿A través de qué medios de comunicación se informa sobre las ofertas de turismo? (señale dos).

- Radio Guía de turismo
 Revistas Agencias de viajes
 Redes Sociales Amigos/familia
 TV

4. ¿Le gustaría conocer lugares turísticos en la provincia Cañar, donde usted pueda participar de experiencias de cultura, naturaleza y aventura?

- Sí
 No

5. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en el destino Turístico (señale dos)

- Turismo de aventura Ecoturismo

- Turismo cultural
- Turismo Comunitario
- Agroturismo
- Otro (especifique).....

6. Le interesaría conocer la comunidad Chuichun y su producto turístico (se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Cañar).

- Sí
- No

7. Si su respuesta anterior fue afirmativa, señale qué tipo de actividades le gustaría realizar en este sitio Turístico Comunitario (señale seis).

- Intercambio de experiencias culturales (noche cultural)
- Participación en ceremonias rituales
- Participación vivencial comunitaria en la elaboración de alimentos típicos como machica, tashno (mote quemado) entre otros.
- Elaboración de artesanías y vestimentas
- Participación vivencial en proceso de sembrío con yuntas (labrar la tierra con toros)
- Degustación de comida típica con productos típicos de la zona
- Participación en limpieas ancestrales
- Presentación de la música y danzas típicas
- Visita a huertos familiares y zonas ganaderas

8. ¿Qué servicios e instalaciones le gustaría que se incluya en el Producto Turístico? (señale 4).

- Alimentación
- Hospedaje
- Transporte
- Guianza
- Área de camping
- Áreas de recreación
- Canchas deportivas
- Áreas verdes
- Senderos
- Otros (especifique).....

9. Le gustaría compartir estas actividades con:

- Pareja
- Solo
- Amigos (cuantos)
- Familiares (cuantos)
- Otros (especifique).....

10. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en este lugar turístico para realizar las actividades antes mencionadas?

- Un Día
- Dos a tres días
- Cuatro o más días

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio, incluido la alimentación, hospedaje, guianza, actividades turísticas y comunitarias? (por día y por persona).

- De \$ 35 a 45
- De \$ 45 a 55
- De \$ 55 a 65
- De \$ 65 a 75
- Más de \$ 75

ANEXO C: FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	3	0	5	5	0	A	N	0	1	0	3	0	1	0	0	1
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
MIRADOR BOLA LOMA																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				MONTAÑAS				BAJA MONTAÑA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
CAÑAR				EL_TAMBO				EL TAMBO									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número		2.7 Transversal							
Comunidad Chulichun																	
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
-2.51576				-78.96214				2.750 msnm									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:				N/A				b. Nombre de la Institución:				N/A					
c. Nombre del Administrador:				N/A				d. Cargo que ocupa:				N/A					
e. Teléfono / Celular:				N/A				f. Correo Electrónico:				N/A					
Observaciones: En la actualidad no existe un administrador del atractivo ya que apenas se esta tomando la iniciativa de realizar el turismo comunitario																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Clima:				Fria				b. Temperatura(°C):				10 °C					
c. Precipitación Pluviométrica (mm):																	
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Cultura				<input type="checkbox"/>				b. Naturaleza				<input checked="" type="checkbox"/>					
c. Aventura <input type="checkbox"/>																	
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Pristino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>					
e. Urbano <input type="checkbox"/>																	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																	
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención											
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar									
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		N/A	N/A	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>										
Restringido <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
Pagado <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>										
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>					
e. Precio:		Desde	Hasta			Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones: No existen horarios de atención ni tampoco es pagado, porque apenas se quiere dar inicio al turismo																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												cantón El Tambo					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		18,4 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:30 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-2.51245	Long.:	-78.93426						
Observaciones: N/A																	
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>																	
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							

a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>	-2.51245, 78.93426	-2.49815, -78.96416	10,40 km	asfaltado	Buena
	b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>	-2.49815, -78.96416	-2.50981, -78.97560	8km	lastrado	Regular
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>					
Observaciones:	Para llegar al atractivo existen dos vías desde la cabecera cantonal: la una por vía cañi de segundo orden y la otra por la vía panamericana desde la entrada del sector Chuchun Quisera de primer y segundo orden.					
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	Estado
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada	
Observaciones:	N/A					
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:	N/A					
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>						
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>	
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique				
Observaciones:	En la comunidad no existe servicio de transportes, sin embargo, para poder acceder al atractivo se puede tomar carros de las cooperativas del cantón El Tambo.					
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>						
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>						
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>	
Observaciones:	se puede acceder al atractivo, sin embargo en la actualidad no cuenta con infraestructura y facilidades.					
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>						
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>		
Observaciones:	no cuenta con ningún tipo de señalización					
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>						
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>						
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>		
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones

Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input type="checkbox"/>						
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>						
Observaciones: <input type="text"/>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							
Observaciones: <input type="text"/>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	<input type="checkbox"/>	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	<input type="checkbox"/>			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Otros <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Otros <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	<input type="text"/>							

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

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

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			d. Número de personas especializadas en turismo			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)		
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán	
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano	
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de	Otro	texto	Chino
Observaciones: texto						
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)						
<p>Es un mirador natural conocida como Esla Loma este nombre proviene de la forma redonda que tiene la misma, en esta montaña los taitas cañaris se podían comunicar con otros pueblos mediante la utilización de instrumentos como quipus y ceremonias rituales. Desde esta montaña se puede observar distintas comunidades de la provincia Cañar y en sus faldes se encuentran sectores que confirma la comunidad Chupchut.</p>						
14. ANEXOS						
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)						
						
Fuente: Pomavilla Nube						
b. Ubicación gráfica del Atractivo						
						
Fuente: programa google earth						
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)						
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:		
Apellido y Nombre	Pomavilla Nube	Apellido y Nombre	Verdugo Catalina	Apellido y Nombre	Verdugo Catalina	
Institución	ESPOCH	Institución	ESPOCH	Institución	ESPOCH	
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente	Cargo	Docente	
Correo Electrónico	maria.pomavilla@esPOCH.edu.ec	Correo Electrónico	catalina.verdugo@esPOCH.edu.ec	Correo Electrónico	catalina.verdugo@esPOCH.edu.ec	
Teléfono	0961436554	Teléfono	0987371391	Teléfono	0987371391	
Firma		Firma		Firma		
Fecha	8/12/2021	Fecha	22/12/2021	Fecha		

ANEXO D: FICHAS DEL INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL (INPC).

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO			CÓDIGO IM-03-05-50-004-00
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: CAÑAR		Cantón: EL TAMBO	
Parroquia: EL TAMBO		<input type="checkbox"/> Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad: Comunidad CHUICHUN			
Coordenadas WGS84 Z17S - UTM : X (Este) 23026.8 Y (Norte) 785745.6 Z (Altitud) 2.750 msnm			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: papas con cuy con aji de pepa de zambo			
Código fotográfico: TT-03-05-50-004-000_jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
PAPAS CON CUY-CHUICHUN-CAÑAR		D1	N/A
		D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)	
Indígena		L1	Kichwa sierra-austro
		L2	Español
Subámbito		Detalle del subámbito	
Gastronomía		N/A	

Breve reseña					
El cuy es un animal considerado con un símbolo andino, desde hace 5.000 años atrás los antiguos ancestros ya disfrutaban este delicioso plato tradicional, este animal es considerado por los indígenas ya que ayuda a la purificación del alma, la sabiduría y la buena fortuna por esa razón lo matan y preparan en las festividades.					
4. DESCRIPCIÓN					
Este plato es preparado especialmente por las mujeres, para el preparado se debe escoger el cuy más grande, posterior a ello se debe matar al animal, existen dos maneras de matarlo: cortar el cuello o aplastar la cabeza con las manos y sacar los ojos. Luego de haber pelado y lavado se procede a sazónarlo con ingredientes como: ajo, sal, comino, perejil, apio entre otros condimentos de acuerdo como deseen aliñarlo se incrementa otros ingredientes, finalmente se procede a azar en el carbón obtenido de eucalipto el cuy debe estar insertado en un cangador (palo de madera en forma de Y), y se debe mover el cuy sobre el carbón hasta que el cuero este bien amarillento. Este plato es acompañado con papas, ensalada, un vaso de chicha u otra bebida y más el sabroso aji de pepa de zambo.					
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Manifiestan que este plato típico se lo realizaba desde hace 5.000 años atrás, es el plato principal que no debe faltar en diferentes celebraciones como: bautismo, matrimonio, comuniones, grados entre otras fiestas, también lo utilizan para siembra y cosecha de los productos, es el plato más utilizado por las personas indígenas.			
✓	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Este plato es muy conocido en la sierra ecuatoriana y lo realizan en otras provincias: Azuay, Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi son las principales ciudades que aún mantienen este emblemático platillo de la cocina ancestral ecuatoriana.			
	Provincial				
✓	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
E1	Cuy	Animal	Chuichun, Cañar	Producción propia	
E2	Sal	Mineral	El Tambo, Cañar	Compra	
E3	Ajo	Vegetal	Chuichun, Cañar	Producción propia	
E4	comino	Químico	El Tambo, Cañar	Compra	
E5	Apio	Vegetal	Chuichun, Cañar	Producción propia	
E6	Perejil	Vegetal	Chuichun, Cañar	Producción propia	
E7	Papas	Vegetal	Chuichun, Cañar	Producción propia	
E8	Chicha	Vegetal	Chuichun, Cañar	Producción propia	
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
H1	Cangador (palo de madera en forma de Y).	Madera	Chuichun, Cañar	Elaboración propia	
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad /Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	N/A				
Colectividades	Población local	N/A	N/A	Chuichun-El Tambo	Comunidad Chuichun

<input checked="" type="checkbox"/>	Padres-hijos	N/A
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

Transmisión del saber	Detalle de la transmisión	
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres-hijos	N/A
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

El cuy es muy significativo para cada miembro de la comunidad, porque se presume que es un símbolo de la cultura andina ya que purifica el alma, les da sabiduría y una buena fortuna, también se muestra el esfuerzo del trabajo de la mujer en la crianza, es considerado como el plato principal en las festividades, convirtiéndose así en una gran actividad comercial para los pobladores de Chuichun.

Sensibilidad al cambio

	Alta
	Media
<input checked="" type="checkbox"/>	Baja

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Acero Rosa	Chuichun-sector Tunaspamba		Femenino	49
Verdugo Ana	Chuichun-sector Bola Loma		Femenino	47

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
N/A	N/A	N/A	N/A

9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio

10. OBSERVACIONES

Para la recolección de datos se realizó un taller participativo con los pobladores de la comunidad, sin embargo no hubo asistencia de algunos sectores, por tal razón solo se trabajó con las personas que asistieron y se dividió en grupos de acuerdo a los ámbitos del patrimonio inmaterial, por ello solo existen dos interlocutores que ayudaron con la información.

11. DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: ESPOCH	
Inventariado por: Pomavilla Nube, Huilcarema Paola, Pizha Marco	Fecha de inventario: 8/12/2021
Revisado por: Ing. Catalina Verdugo	Fecha revisión: 22/12/2021
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo	Fecha aprobación:
Registro fotográfico: Pomavilla Nube	

ANEXO E: FOTOGRAFÍAS DE TALLERES PARTICIPATIVOS CON LA COMUNIDAD



Elaborado por: Pomavilla. N, 2022

ANEXO F: FOTOGRAFÍAS DE LAS COSTUMBRES Y TRACIONES DE LA COMUNIDAD



Elaborado por: Pomavilla. N, 2022

ANEXO G: SOCIOS DEL PROYECTO RIEGO BOLA LOMA



Elaborado por: Pomavilla. N, 2022

ANEXO H: FOTOGRAFÍAS SALIDA DE CAMPO PARA EL RECONOCIMIENTO DE LOS ATRACTIVOS NATURALES.



Elaborado por: (Pomavilla. N, 2022)



esPOCH

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 22 / 08 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: MARIA NUBE POMAVILLA CHIMBORAZO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: RECURSOS NATURALES
Carrera: TURISMO
Título a optar: LICENCIADA EN ECOTURISMO
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz


D.B.R.A.I.
Ing. Cristhian Castillo



1627-DBRA-UPT-2022