



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE SUMACO, CANTÓN QUIJOS, PROVINCIA DE NAPO

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN TURISMO

AUTOR: BORIS ALEXADER SALAZAR VEGA

DIRECTOR: ING. DANNY DANIEL CASTILLO VIZUETE

Riobamba – Ecuador

2022

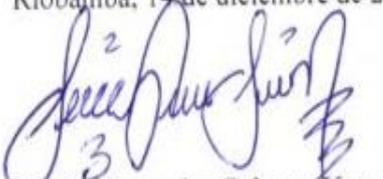
© 2022, **Boris Alexander Salazar Vega**

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, **BORIS ALEXANDER SALAZAR VEGA**, declaro que el presente Trabajo de Titulación 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 Autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación, el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 14 de diciembre de 2022



Boris Alexander Salazar Vega

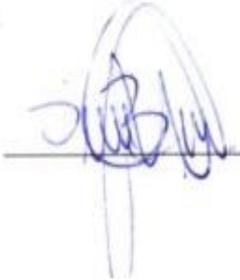
150078789-8

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto Técnico **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE SUMACO, CANTON QUIJOS, PROVINCIA DE NAPO**, realizado por el señor: **BORIS SALAZAR VEGA ALEXANDER** ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, 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, PhD. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-12-01
Ing. Danny Daniel Castillo Vizuete, PhD. DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN		2022-12-01
Ing. Sulaya Betsabé Bayancela Delgado, MSc. MIEMBRO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022-12-01

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a mis Dios, que siempre han estado conmigo en todo llenándome de bendiciones, salud, sabiduría y fortaleza para seguir adelante luchando por mis sueños, con mucho amor a mis padres, Clara María Vega Churaco, Luis Alonzo Salazar Mora y a mis hermanos/as y a mi hermanita Allisson que desde el cielo me daba muchas fuerzas para seguir adelante, a novia Amanda Cuasquer gracias por ese amor maravilloso que siempre me han brindado día a día siendo así un pilar fundamental durante mi vida estudiantil, y a mi director Danny Daniel Castillo y asesora Sulaya Betsabé Bayancela por haberme guiado e impartido sus conocimientos en mi trabajo de tesis, finalmente a mis amigos/as que me supieron brindarme ese cariño y apoyo

Boris

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y vida para seguir adelante y tener una gran familia que siempre han estado apoyándome en las buenas y malas, dándome esa oportunidad de tenerles a mi lado compartiendo esta etapa de culminación de mi carrera profesional. De la misma manera agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y a los docentes de la Facultad de Recursos Naturales y a la Escuela de Licenciatura en Turismo, un agradecimiento fraterno y sincero por ser parte de mi formación y vida profesional, también agradezco a mis amigos que siempre estuvieron también apoyándome, gracias por ser más que amigos hermanos, gracias por esa sinceridad y fidelidad de amigos, Alejo Cepeda, Luis Rodríguez, Geovanny Mayorga, Alexis Flores, Wilmer Rodríguez, Marlo Samaniego y al grupo del Tambo que también me han estado brindando ese apoyo de seguir adelante.

Boris

INDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
RESUMEN.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	3
1.5. Objetivos.....	5
1.5.1. <i>Objetivos General</i>	5
1.5.2. <i>Objetivo Específicos</i>	5

CAPÍTULO

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA	6
2.1. Turismo	6
2.2. Sistema turístico.....	6
2.3. <i>Turismo sostenible</i>	7
2.4. Diseño de un producto turístico.....	7
2.5. Producto turístico	7
2.6. Inventario de atractivos.....	7
2.7. Clasificación de atractivos	8
2.8. Ponderación de atractivos.....	8
2.8.1. <i>Criterio de evaluación</i>	8
2.8.2. <i>Ponderación de criterios</i>	9
2.8.3. <i>Jerarquización de atractivos turísticos</i>	10
2.8.4. <i>Jerraquia y descripción</i>	10
2.9. Atractivo cultural.....	11
2.10. Atractivo natural.....	11
2.11. Recurso turístico.....	11
2.12. Mercado turístico	11

2.13.	Estudio ambiental	12
2.14.	Estudio del impacto ambiental.....	12
2.14.1.	Matriz de Lázaro Lagos	12
2.15.	Estudio de mercado	14
2.16.	Estudio administrativo y legal.....	14

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	15
3.1.	Determinar la viabilidad comercial	15
3.1.1.	<i>Análisis de la demanda turística</i>	15
3.1.1.1.	<i>Segmentación del mercado</i>	15
3.1.1.2.	<i>Determinación de la muestra</i>	15
3.2.	Establecer la viabilidad técnico productivo.....	17
3.3.	Determinar la viabilidad ambiental	17
3.4.	Determinar la viabilidad administrativo legal.....	18
3.5.	Establecer la viabilidad económica financiera.....	18

CAPITULO IV

4	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	19
4.1	DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL	19
4.1.1	<i>Análisis de la demanda</i>	19
4.1.2	<i>Análisis de la oferta</i>	52
4.1.3	<i>Análisis de la competencia</i>	55
4.1.4	<i>Plan mercadotécnico para el producto</i>	58
4.1.5	<i>Requerimiento para el área comercial</i>	66
4.2	VIABILIDAD TÉCNICA PRODUCTIVA	69
4.2.1	<i>Tamaño del proyecto</i>	69
4.2.2	<i>Localización del proyecto</i>	73
4.2.3	<i>Diseño del producto</i>	73
4.2.4	<i>Requerimiento para el área productiva</i>	83
4.3	VIABILIDAD SOCIA AMBIENTAL.....	85
4.3.1	<i>Línea base</i>	85
4.3.2	<i>Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales</i>	88

4.3.3	<i>Matriz de cuantificación</i>	90
4.3.4	<i>Interpretación de la matriz de Lázaro Lagos</i>	91
4.3.5	<i>Medidas de mitigación</i>	92
4.4	VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL	96
4.4.1	<i>Estudio legal</i>	96
4.5	VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA	108
4.5.1	<i>Evaluación económica</i>	108
4.5.2	<i>Evaluación financiera</i>	113
	CONCLUSIONES	115
	RECOMENDACIONES	116
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2	Ponderación de criterios del atractivo.....	9
Tabla 2-2:	Ponderación de rangos y jerarquía.....	10
Tabla 3-2:	Descripción de jerarquías	10
Tabla 1-4:	Procedencia – Encuesta nacional.....	21
Tabla 2-4:	Conocimiento de la parroquia de Sumaco – Distribución encuesta nacional.....	22
Tabla 3-4:	Interés por conocer el producto turístico de la parroquia de Sumaco	23
Tabla 4-4:	De servicios – Distribución encuesta nacional	24
Tabla 5-4:	Actividades de interés – Distribución encuesta nacional	25
Tabla 6-4:	Atractivos – Distribución encuesta nacional	26
Tabla 7-4:	Alimentación – Distribución encuesta nacionales	27
Tabla 8-4:	Temporada del año – Distribución encuesta nacional	28
Tabla 9-4:	Estancia – Distribución encuesta nacional	29
Tabla 10-4:	Normalmente viaja – Distribución encuesta nacional	30
Tabla 11-4:	De gastos de viaje – Distribución encuesta nacional	31
Tabla 12-4:	Medio de viaje – Distribución encuesta nacionales.....	32
Tabla 13-4:	Medios de información – Distribución nacionales	33
Tabla 14-4:	Género - distribución encuesta internacional	34
Tabla 15-4:	Edad – Distribución encuesta internacional	35
Tabla 16-4:	Procedencia – Distribución encuesta internacional	36
Tabla 17-4:	Conocimiento de la parroquia de Sumaco – Distribución encuesta internacional	37
Tabla 18-4:	Interés por conocer el producto turístico en la parroquia de Sumaco.....	38
Tabla 19-4:	De servicios – Distribución encuesta Internacional.....	39
Tabla 20-4:	Actividades de interés – Distribución encuesta internacional.....	40
Tabla 21-4:	Atractivos – Distribución encuesta Internacional.....	41
Tabla 22-4:	Alimentación – Distribución encuesta internacional.....	42
Tabla 23-4:	Temporada del año – Distribución encuesta internacional.....	43
Tabla 24-4:	Estancia – Distribución encuesta internacional	44
Tabla 25-4:	Normalmente viaja – Distribución encuesta internacional.....	45
Tabla 26-4:	De gastos de viaje – Distribución encuesta internacional	46
Tabla 27-4:	Medio de viaje – Distribución encuesta internacional.....	47
Tabla 28-4:	Medios de información – Distribución internacional	48
Tabla 29-4:	Perfil del turista nacional.....	49
Tabla 30-4:	Perfil del turista internacional.....	50

Tabla 31-4:	Cálculo de la demanda potencial-Turistas Nacionales y extranjeros	51
Tabla 32-4:	Proyección de la demanda potencial	51
Tabla 33-4:	Inventario de los atractivos turísticos de la parroquia de Sumaco.....	52
Tabla 34-4:	Establecimientos de alimentos y bebidas	53
Tabla 35-4:	Establecimientos de alojamiento	54
Tabla 36-4:	Servicios de transporte	55
Tabla 37-4:	Análisis de la competencia	56
Tabla 38-4:	Distribución de la competencia	56
Tabla 39-4:	Proyección de la competencia	57
Tabla 40-2:	Calculo de la demanda insatisfecha.....	57
Tabla 41-4:	Proyección de la demanda insatisfecha	57
Tabla 42-4:	Demanda objetiva.....	58
Tabla 43-4:	Evaluación del proceso de calificación	61
Tabla 44-4:	Tarifas establecidas por el paquete.....	61
Tabla 45-4:	Plan de comunicación.....	62
Tabla 46-4:	Talento humano.....	66
Tabla 47-4:	Activos fijos	66
Tabla 48-4:	Muebles y enseres.....	67
Tabla 49-4:	Materiales e insumos	67
Tabla 50-4:	Inversión en activos diferidos.....	68
Tabla 51-4:	Gasto promoción y publicidad.....	69
Tabla 52-4:	Demanda objetiva de clientes nacionales	69
Tabla 53-4:	Demanda objetiva de clientes internacionales.....	70
Tabla 54-4:	Demanda objetiva de turistas nacionales por actividades.....	71
Tabla 55-4:	Demanda objetiva de turistas internacionales por actividades	72
Tabla 56-4:	Actividades principales y complementarias	74
Tabla 57-4:	Calculo del precio por pax.....	75
Tabla 58-4:	Calculo del precio por pax.....	78
Tabla 59-4:	Mano de obra directa.....	83
Tabla 60-4:	Materiales e insumos	83
Tabla 61-4:	Inversiones en activos fijos	84
Tabla 62-4:	Matriz de lázaro lagos	88
Tabla 63-4:	Matriz de cuantificación	90
Tabla 64-4:	Medidas de mitigación	92
Tabla 65-4:	Materiales e insumos	95
Tabla 66-4:	Activos diferidos	95

Tabla 67-4:	Ventajas y desventajas de las formas de asociación.....	97
Tabla 68-4:	Gastos de constitución.....	99
Tabla 69-4:	Manual de funciones y responsabilidades	101
Tabla 70-4:	Manual de funciones y responsabilidades de la secretaria /o	102
Tabla 71-4:	Manual de funciones y responsabilidades del contador/a.....	103
Tabla 72-4:	Manual de funciones y responsabilidades del Guía.....	104
Tabla 73-4:	Manual de funciones y responsabilidades del agente de ventas	105
Tabla 74-4:	Talento humano	106
Tabla 75-4:	Inversión en activos fijos.....	106
Tabla 76-4:	Materiales e insumos	107
Tabla 77-4:	Inversión de activos diferidos.....	107
Tabla 78-4:	Licencia y permisos de funcionamiento	107
Tabla 79-4:	Inversión del proyecto	108
Tabla 80-4:	Usos y fuentes.....	109
Tabla 81-4:	Pago de la deuda.....	110
Tabla 82-4:	Calculo de la deuda	110
Tabla 83-4:	Depreciación de activos fijos.....	110
Tabla 84-4:	Amortización de activos diferidos.....	111
Tabla 85-4:	Estructura de costos y gastos.....	111
Tabla 86-4:	Estructura de ingresos.....	112
Tabla 87-4:	Estado de resultado.....	112
Tabla 88-4:	Flujo de caja	113
Tabla 89-4:	Evaluación financiera	113

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1: Mapa ubicación de la parroquia de Sumaco	4
Ilustración 1-2: Elementos del sistema turístico. Tierra (2012)	6
Ilustración 1-4: Género - Distribución de la demanda nacional	19
Ilustración 2-4: Edad - Distribución del segmento nacional	20
Ilustración 3-4: Procedencia - Distribución del segmento nacional	21
Ilustración 4-4: Conocimiento de la parroquia de Sumaco - Distribución del segmento	22
Ilustración 5-4: Interés por conocer la parroquia de Sumaco – Segmento nacional	23
Ilustración 7-4: Servicios que le gustaría utilizar – Segmento nacional	24
Ilustración 8-4: Actividades – Segmento nacional	25
Ilustración 9-4: Atractivos – Segmento nacional	26
Ilustración 10-4: Alimentación – Segmento nacional	27
Ilustración 11-4: Temporada de viaje – Segmento nacional	28
Ilustración 12-4: Estancia – Segmento nacional	29
Ilustración 13-4: Normalmente viaja – Segmento internacional	30
Ilustración 14-4: Gasto de viaje – Segmento internacional	31
Ilustración 15-4: Medio de viaje – Segmento internacional	32
Ilustración 16-4: Información de viajes – Segmento internacional	33
Ilustración 17-4: Género distribución de la demanda internacional	34
Ilustración 18-4: Edad - Segmento internacionales	35
Ilustración 19-4: Procedencia - Segmento internacional	36
Ilustración 20-4: Conocimiento de la parroquia de Sumaco – Segmento internacional	37
Ilustración 21-4: Interés por conocer la parroquia de Sumaco – Segmento internacional	38
Ilustración 22-4: Servicios que le gustaría utilizar – Segmento internacional	39
Ilustración 23-4: Actividades – Segmento internacional	40
Ilustración 24-4: Atractivos – Segmento internacional	41
Ilustración 25-4: Alimentación – Segmento internacional	42
Ilustración 26-4: Temporada de viaje – Segmento internacional	43
Ilustración 27-4: Estancia – Segmento internacional	44
Ilustración 28-4: Normalmente viaja – Segmento internacional	45
Ilustración 29-4: Gasto de viaje – Segmento internacional	46
Ilustración 30-4: Medio de viaje – Segmento internacional	47
Ilustración 31-4: Información de viajes – Segmento internacional	48
Ilustración 32-4: Logotipo del producto 2022	59

Ilustración 33-4: Diseño de la página Web 2022	63
Ilustración 34-4: Diseño de la red social Facebook 2022.....	64
Ilustración 35-4: Diseño de la tarjeta de presentación 2022.....	64
Ilustración 36-4: Diseño de la tarjeta de presentación 2022.....	65
Ilustración 37-4: Diseño de los postales 2022.....	65
Ilustración 38-4: Localización 2022.....	73
Ilustración 39-4: Mapa temático del recorrido	76
Ilustración 40-4: Mapa temático del recorrido	77
Ilustración 41-4: Flujograma de procesos de servicio de alimentación.....	81
Ilustración 42-4: Flujograma de guianza.....	82
Ilustración 43-4: Flujograma de estructura organizativa.....	100
Ilustración 44-4: Flujograma de estructura funcional	101

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES

ANEXO B: FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS

ANEXO C: FOTOGRAFÍAS DE LA VISITA A LOS ATRACTIVOS

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue la elaboración de un producto turístico para la parroquia de Sumaco, cantón Quijos provincia de Napo; lo cual se realizó mediante métodos analíticos, descriptivos y de campo, recopilando información primaria y secundaria. La investigación se ejecutó mediante cinco etapas: en la primera etapa se determinó la viabilidad comercial, donde se analizó la demanda turística, la segmentación del mercado y la muestra; en la segunda etapa se estableció la viabilidad técnica productiva en la cual se basó en los siguientes criterios, a) el tamaño y la localización del proyecto, b) la identificación de atractivos de mayor relevancia y sus características, c) el diseño de flujogramas para las actividades turísticas, d) la identificación de los servicios necesarios para la operación, y e) los requerimientos del área productiva; en la tercera etapa se realizó la determinación de la viabilidad ambiental mediante la utilización de la matriz de Lázaro Lagos, la cual se determina la línea base de las componentes ambientales; en la cuarta etapa se determinó la viabilidad administrativa legal el cual se trabajará conjuntamente con los involucrados de las comunidades mediante talleres participativos y finalmente la quinta etapa; se estableció la viabilidad económica financiera donde se procederá a determina el presupuesto de inversión, las fuentes de financiamiento y la amortización de activos fijos. Se identificaron 7 atractivos turísticos, donde el producto fue económicamente rentable teniendo una tasa interna de retorno del 37%, Relación de Beneficio/Costo de \$2,29 el tiempo de recuperación en el 5 año de vida útil, se concluye que el proyecto es factible, cuyo fin contribuya al desarrollo de la actividad turística en la parroquia de Sumaco y del Cantón Quijos, recomendando la socialización del proyecto aprovechando las potencialidades turísticas que presenta la parroquia a su vez generando empleo.

Palabras clave: <QUIJOS (CANTÓN)>, <PRODUCTO TURISTICO>, <ATRACTIVO TURISTICO>, <PAQUETE TURISTICO>, <TURISMO NATURAL Y CULTURAL>, <VIABILIDAD>, <POTENCIALIDAD TURISTICA>.



0449-DBRA-UPT-2023


D.B.R.A.
Ing. Gertrudis Castillo

ABSTRACT

This research aimed at the development of a tourism product for Sumaco village, Quijos canton, Napo province; which was done through analytical, descriptive and field, methods, collecting primary and secondary information. The research was carried out in five stages: in the first stage, commercial viability was determined, where tourism demand, market segmentation and the sample were analyzed; in the second stage, the technical productive viability was established based on the following criteria: a) the size and location of the project, b) the identification of the most relevant attractions and their characteristics, c) the design of flow charts for tourism activities, d) the identification of the services necessary for the operation, and e) the requirements of the productive area; In the third stage, environmental feasibility was determined using the Lázaro Lagos matrix, which determines the baseline of the environmental components; in the fourth stage, legal administrative feasibility was determined, which will be worked on jointly with those involved in the communities through participatory workshops; and finally, in the fifth stage, economic and financial feasibility was established to determine the investment budget, sources of financing, and amortization of fixed assets. In addition, seven tourist attractions were identified, where the product was economically profitable having an internal rate of return of 37%, Benefit/Cost Ratio of \$2.29 the recovery time in the 5 year of useful life. To sum, the project is feasible, whose purpose contributes to the development of tourism in Sumaco village and Quijos Canton, recommending the socialization of the project taking advantage of the tourist potentialities that the village presents at the same time generating employment.

Keywords: <QUIJOS (CANTON)>, <TOURISTIC PRODUCT >, < TOURISTIC ATRACTIONS>, < TOURISTIC PACKAGE>, <NATURAL AND CULTURAL TOURISM>, <VIABILITY>, <TOURISTIC POTENTIALITY>.



Mgs. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLES TURISMO
0604237172

INTRODUCCIÓN

El turismo en la década de los XX se consideraba como una actividad simbólica, cabe destacar que el turismo internacional ha venido creciendo constantemente a lo largo del tiempo (Zapata, 2016, p 33). La industria turística se ha venido caracterizando por su gran complejidad en el sector económico brindado un mayor crecimiento y evolución mediante canales de promoción y publicidad de atractivos turísticos en el mundo involucrando un gran desarrollo económico a todos los países (Sancho, 2011, p 13). El turismo actividad que ha significado en los últimos años una importante oportunidad de crecimiento económico que ha permitido elevar la calidad y nivel de vida de los habitantes en el mundo; en el 2018 se registró en todo el mundo 1.4 millones de llegadas de turistas que equivale la sexta parte de la población mundial. (Organización Mundial del Turismo, 2019).

El turismo mundial experimento un incremento del 4% en el 2021, en comparación con el 2020 (400 millones a 415 millones) sin embargo, la llegada de turistas internacionales se mantuvo en un 72% por debajo del 2019, el peor año según las estimaciones de la OMT fue en el 2020 debido a la pandemia que atravesó el mundo (Castro, 2020, p 42).

De acuerdo a la Subsecretaría de Turismo (SERNATUR 2018). La actividad turística en América del sur fue una de las regiones con más afluencia de turistas con un porcentaje con +6,7% es decir que la actividad ocupacional fue muy rentable y beneficiosa para incrementar ingresos económicos en la super estructura turística, mientras que en América del Norte se obtuvo las menores variaciones +1,6% en su variación anual.

El turismo en el Ecuador alcanzo un importante lugar en el desarrollo económico siendo uno de los principales sectores que genera riqueza en la economía ecuatoriana, posee una gran biodiversidad biológica, una exuberante flora como las orquídeas, plantas medicinales, ornamentales etc., considerando también la fauna donde se destaca la danta, cóndor andino, venados, oso de anteojos, entre otros que se encuentran ubicados en cada una de las reservas y parques nacionales del país., otra de las principales características que se encuentra ubicada geográficamente en América del Sur atravesada por la cordillera de los Andes favorecido con 4 regiones Costa , región Andina, Amazonia y Región Insular, que define un país ideal para el turismo apostando por el desarrollo de un turismo consciente, sostenible y social (Castillo, et al., 2015). Del mismo modo, el MINTUR presenta sus ejes turísticos, la oportunidad de dinamizar la economía del país por medio del turismo. Además el plan nacional del buen vivir, ahora llamado plan todo una vida 2020 establece que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera en concordancia con la constitución de la república

del Ecuador y reconociendo los derechos de la naturaleza como bases para un desarrollo sostenible (Loor y Aleman, 2018, p 21).

Napo, una provincia que se localiza en la región Amazónica Ecuatoriana, posee 5 cantones, Quijos, Chaco, Archidona, Arosemena Tola, Tena, esta provincia es caracterizada por poseer una alta diversidad biológica además cuenta con hermosos paisajes impresionantes para realizar actividades turísticas entre ellas turismo de aventura, deportes, salud, naturaleza, cultural etc., Napo es una de las provincias conocidas por sus costumbres y tradiciones de los pueblos kichwas que desarrollan el turismo comunitario y muestran a los turistas su forma de vida. (GAD Provincial de Napo, 2013, p 26).

El cantón Quijos se encuentra en la provincia de Napo; localizado en el flanco oriental de la Cordillera de los Andes y el sector de la alta amazonia, constituido por las parroquias de Sumaco, Cosanga, San Francisco de Borja, Cuyuja, Papallacta y la cabecera cantonal la ciudad de Baeza, cuenta con diversos atractivos turísticos naturales y culturales de jerarquía uno a tres una altitud que oscila entre los 5758m.s.n.m y una superficie de 1601 km² (GAD Cantonal de Quijos, 2014, p 23).

La parroquia Sumaco alberga el 17% del patrimonio turístico de la provincia, el cual podría ser aprovechado por lo que es necesario iniciar un proyecto que determine y ejecute las actividades que se pueda realizar en cada uno de los atractivos de la parroquia para de esa manera potencializar el turismo (GAD Parroquial de Sumaco, 2016, p 27).

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

El acelerado proceso de globalización en sus múltiples dimensiones y expresiones conduce a la dependencia cada vez más agresiva entre economía y sociedades del mundo, en este escenario el turismo se rige como un modelo capitalista el cual garantice la máxima ganancia, convirtiéndose en el tránsito de estas regiones para la inclusión en los circuitos globales (Pérez, 2018, p 97).

Los problemas del sector turístico persisten en Ecuador, a pesar que cuenta con una diversidad natural, paisajística y multiétnica, es muy difícil dinamizar los productos y atractivos turísticos existentes en el país (López, 2017, p 29-39). Por este motivo, es necesario el planteamiento de instrumentos y estrategias a nivel del país que permitan fortalecer el conocimiento del destino y posicionamiento en la industria y cliente final (Jiménez, 2006, p 33-14).

Jiménez (2006) afirma que en el cantón Quijos goza de la presencia de 5 parroquias, uno de ellos es Sumaco, un lugar mágico y lleno de historia, posicionándose como un importante destino para la práctica del ecoturismo o turismo ecológico, sin embargo, aún no se ha aprovechado el potencial de las diversas actividades que ofrece el lugar para aquellos que buscan estar en contacto con la naturaleza no sólo admirándola, sino involucrándose con ella de forma más activa, sin afectarla; es decir, de manera sostenible.

1.2 Problema

En este contexto, Sumaco, es una parroquia rural más pequeña del Ecuador y del cantón Quijos que alberga 17 % de atractivos naturales y culturales de la provincia de Napo, la cual no se aleja de la realidad antes mencionada (Silva, 2015, p 71). Por otra parte, debido a su potencialidad podría ser fuente de ingresos económicos para el sector, la cual no está siendo aprovechada por muchos factores: la falta de información de carácter técnico y científico de los atractivos tanto culturales como naturales, la es cases de conocimientos en el ámbito turístico de los diferentes actores, la falta de apoyo de OG'S a este sector, entre otras (Martínez, 2017, p 62).

Bajo esta perspectiva es preocupante por lo que no existe un verdadero desarrollo de la parroquia, es por ello que surge la necesidad de elaborar un producto turístico para de esta manera

potencializar el turismo en la parroquia y tener una alternativa que permita dinamizar la economía del sector.

1.3 Justificación

En vista de la importancia del turismo para todo el mundo se hace hincapié en buscar las formas de aprovecharlo de manera sustentable, que dé como resultado el progreso de sus habitantes y la mejora de la calidad de vida.

La parroquia de Sumaco maneja el turismo de aventura y cultura, pero lo que se trata es de diversificar el producto y aprovechar de manera sostenible cada uno de los recursos que este lugar posee, además de promover la economía de la población local (Silva, 2012, p 12).

Este proyecto técnico está orientado a la implementación de un paquete turístico, que tiene como objetivo diseñar un producto turístico para la Parroquia Sumaco, cantón Quijos, provincia de Napo, así de esa manera mejorar la calidad de vida de los pobladores, todo esto conlleva a tener un estudio de partida que lleve una planificación efectiva de la actividad en la parroquia Sumaco.

1.4 Delimitación

El presente trabajo de investigación se realizó en la parroquia de Sumaco provincia de Napo cantón Quijos, limita al Norte con la parroquia linares (Cantón el Chaco), Sur con la parroquia Cosanga (Cantón Quijos), Este con la parroquia Baeza y San Francisco de Borja y al Oeste limitan con la parroquia San José de Payamino (Cantón Loreto).

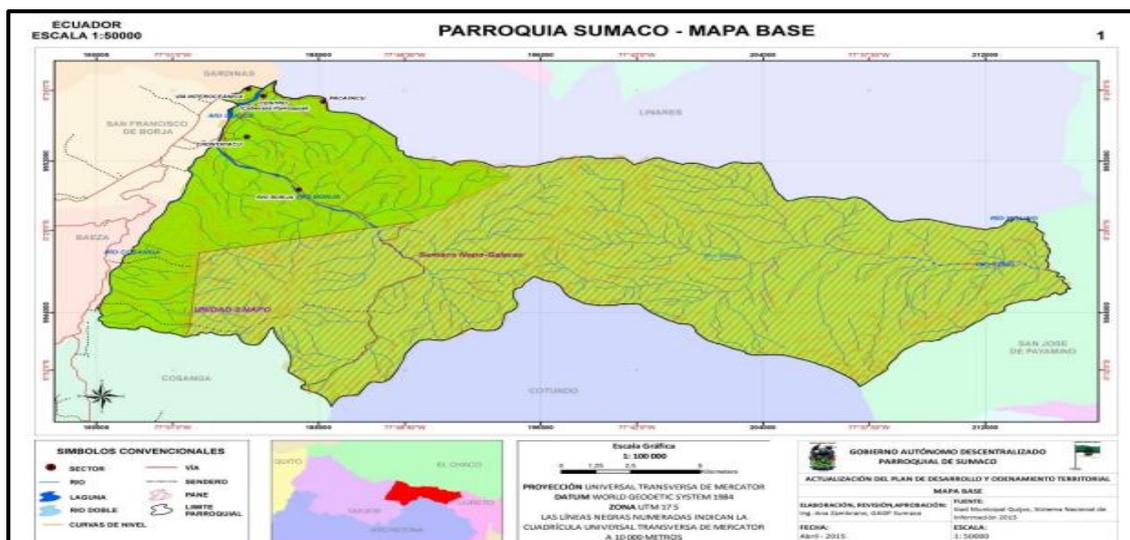


Ilustración 1-1: Mapa ubicación de la parroquia de Sumaco

Fuente: GAD Parroquial de Sumaco

1.4.1 *Ubicación geográfica*

Longitud Oeste: 077°49.219'

Latitud Sur: 00°24.1562'

Altitud: 1576 msnm.

1.4.2 *Características climáticas*

Temperatura entre 10 y 19 °C

Precipitación promedio de 3.300 mm en un rango comprendido entre 2.500 y 4.100 mm/año

1.4.3 *Clasificación ecológica*

Bosque de montaña, o también bosque montano, es el bosque que se encuentra bajo la influencia del clima de montaña debido a su altitud.

El Bosque Húmedo Montano Bajo se halla entre los 1.800 y 2.000 m. En general esta zona es muy productiva, sin embargo, en ella se han destruido los bosques protectores y las cuencas de los ríos presentan muchos problemas en la temporada seca

1.5 *Objetivos*

1.5.1 *Objetivos General*

Diseñar un producto turístico para la parroquia Sumaco, cantón Quijos, provincia de Napo.

1.5.2 *Objetivo Específicos*

- Determinar la viabilidad comercial.
- Establecer la viabilidad técnico productivo.
- Determinar la viabilidad ambiental.
- Determinar la viabilidad administrativa legal.
- Establecer la viabilidad económica financiera.

CAPÍTULO II

2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Turismo

Según Biophere (2017) el turismo es el conjunto de acciones que una persona acaba mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual por un determinado tiempo inferior a un año. Jiménez (2006) señala que el turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal de un lugar a otro o voluntario, dentro de este concepto deben de incluidos las relaciones humanas que conllevan y la presentación de servicios, si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio.

2.2 Sistema turístico

Según Bulloz (2004) es el conjunto de elementos conformado por la infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística y producto turístico que están interrelacionados y brindan satisfacción a las necesidades de los turistas. Por otro lado, Molina (2020) señala que es un conjunto de procedimientos relacionados e integrados por un subconjunto de subsistemas que se encuentran en relacionan entre sí.

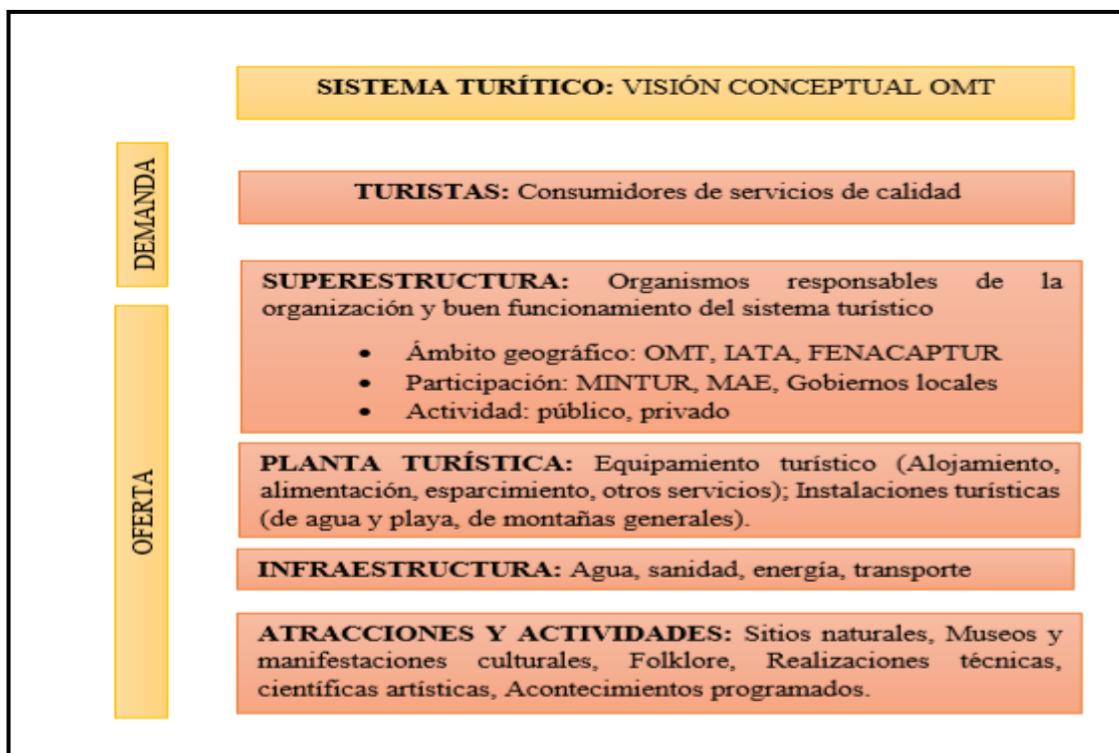


Ilustración 2-2: Elementos del sistema turístico. Tierra (2012)

Fuente: Tierra, P, 2012.

2.3 Turismo sostenible

Según Jiménez (2006) el turismo sostenible es un modelo de desarrollo enfocado en la economía del turismo en recursos naturales y patrimonio cultural, siendo responsabilidad de la gente receptora de turismo y del turista, las cuáles son los pilares fundamentales para el desarrollo del turismo. Plata (2015) afirma que el turismo ha priorizado la creación de códigos de ética o conducta, para cada actor involucrado, tomando en cuenta el interés en particular de cada uno, así como el segmento de mercado y condiciones del destino turístico al que se aplicará la sostenibilidad.

2.4 Diseño de un producto turístico

Según Ingri et al., (2018) es la formulación de problemas e identificación de necesidades que permite generar alternativas de solución de un determinado territorio tomando en cuenta la evaluación de alternativas, documentación y por último la comunicación de los resultados.

2.5 Producto turístico

Nasimba y Cejas (2015) menciona que son el conjunto de bienes tangibles e intangibles, y servicios, resultantes de un proceso productivo en el que se combinan los servicios y equipamientos con el propósito de ser ofrecido al mercado en búsqueda de satisfacer necesidades de los visitantes, a cambio de un cierto precio. Según Navarro (2015) determina la selección por parte del turista el punto de destino de su viaje permitiendo generar una corriente turística hacia su localización de su destino apuntando asimismo el principal motivo para que el turista pueda visitar y satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas permitiéndoles sentirse a gusto.

2.6 Inventario de atractivos

Es un instrumento de información o de gestión renovada de manera constante, cuyo uso debe proporcionar y facilitar la toma de decisiones de cada destino a visitar por lo que debe ser claro, abierto y dinámico permitiendo la conservación de los recursos turístico (Lemoine et al., 2018). De la misma forma el MINTUR (2017), presenta un inventario de atractivos turísticos naturales, culturales, permitiendo llevar un registro de sí mismo y respaldar la información por medio de su ficha, permitiendo aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio turístico.

El inventario turístico es un registro de elementos tanto como naturales y culturales siendo una herramienta de recursos para la planificación turística de un determinado lugar, es importante tener en cuenta que un inventario debe ser mejorado constantemente el mismo que permitirá tomar decisiones en cuanto al turismo (Guamán, 2018, p 13). El inventario turístico es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias atraen el interés del visitante (Flores, 2018, p 32).

2.7 Clasificación de atractivos

Instrumento que consiste en identificar la categoría, tipo y subtipo así como la información obtenida para su respectivo registro del atractivo, acorde a las tablas con sus respectivos descriptores e indicaciones específicas que servirán para el procedimiento y validación de los atractivos (MINTUR, 2017).

2.8 Ponderación de atractivos

La ponderación y jerarquización de los atractivos turísticos levantados, permitirán determinar su grado en relación a los mejores condiciones que debe presentar para el desarrollo de atractivos turísticos, por lo que esta fase es clave para la identificación de los atractivos permitiendo el mejoramiento para el desarrollo del producto, a la vez permitirá identificar las falencias que presentan los recursos para mejorar sus condiciones (MINTUR, 2017, p 17).

2.8.1 Criterio de evaluación

Se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atractivos y oferta del atractivo lo que finalmente determinar una jerarquía, estos criterios tiene sustento en los índices de competitividad turística establecidos por la Organización Mundial de Turismo en el 2004

2.8.1.1 Criterios relacionados con el índice de competitividad turística:

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

2.8.2 Ponderación de criterios

Estos criterios están relacionados con el índice de competitividad permitiendo darle un porcentaje o valor al atractivo.

Se asignó un factor de ponderación según la importancia y de esta manera determinar la inclusión y aprovechamiento del atractivo turístico (MINTUR, 2017).

Tabla 1-2: Ponderación de criterios del atractivo

CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
Accesibilidad y conectividad	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
Planta turística / complementarios	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
Estado de conservación e integración sitio / entorno	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
Higiene y seguridad turística	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
Políticas y regulaciones	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
Actividades que se practican en el atractivo	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
Difusión, medios de promoción y comercialización del atractivo	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
Registro de visitantes y afluencia	Hace referencia al registro visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
Recursos humanos	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
Total		100

Fuente: MINTUR (2017)

2.8.3 Jerarquización de atractivos turísticos

Durante el levantamiento de información del atractivo se procederá a darle su respectiva su respectivo valor numérico del 0-100 mismo que se enmarca en un nivel de jerarquía que irá en una escala de recurso a IV (MINTUR, 2017).

Tabla 2-2: Ponderación de rangos y jerarquía

RANGOS	JERARRQUÍA
86-100	IV
61-85	III
36-60	II
11-35	I
0-10	Recurso

Fuente: MINTUR (2017).

2.8.4 Jerraquia y descripción

Las jerarquías corresponden a un proceso de cualificación con base en la revisión de la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos (MINTUR, 2017). con criterios propuestos por la OEA, que se ha adoptado en el país como base para el levantamiento de atractivos turísticos, conforme se resume a continuación:

Tabla 3-2: Descripción de jerarquías

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

Fuente: MINTUR (2017).

2.9 Atractivo cultural

Carta del ICOMOS adoptada en Bruselas en (1976), citado en Salvador (2013), manifiestan que el Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos que ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. Moreira (2014) afirma que esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada”. Tanto SERNATUR (2014), citado en Carranza (2017), definen como las visitas a sitios y monumentos de carácter histórico-arqueológico.

2.10 Atractivo natural

Se entiende a los elementos del medio ambiente que motivan al visitante a dejar su lugar de origen con la finalidad de satisfacer la necesidad de recreación y esparcimiento. Los cuales pueden ser: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres y marinos, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas, tierras insulares, áreas protegidas (Carranza, 2017, p 19). Para Solis (2015) los atractivos naturales son todos los elementos con determinada atracción natural o cultural.

2.11 Recurso turístico

Son aquellos elementos que al provocar interés turístico (Armandis, 2019, p 28). Mientras que para Ramírez (2015), son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas. Por su parte, Ibarben (2015) menciona que son todos los bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

2.12 Mercado turístico

El mercado turístico es el ambiente social donde se genera condiciones para intercambiar bienes y/o servicios (Fernandez, 2016). Estos también incluyen elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para satisfacer las necesidades de los consumidores (Mrtinez, 2015, p 23); (Cruz, 2016, p 24).

2.13 Estudio ambiental

Según Alemán (2015) un estudio Ambiental podrán ser ampliados mediante Estudios Complementarios o Alcances al mismo, para dar agilidad a los procedimientos de análisis, aprobación, seguimiento y evaluación

Su principal objetivo es controlar y analizar las transformaciones que alteran al medio ambiente , generando mayores perjuicios que beneficios a las personas que habitan en el lugar (Bembibre, 2011, p 11).

2.14 Estudio del impacto ambiental

Es un conjunto de información necesario y suficiente para describir el proyecto y caracterizar el área que podría sufrir deterioro con su ejecución, permitiendo identificar, calificar, evaluar sus impactos para establecer medidas de manejo ambiental (MINAMBIENTE, 2018); (FAO, 2012).

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) evalúa el potencial ambiental de un proyecto y los riesgos e impactos sociales en su zona de influencia, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 2012).

Documento que describe las características de una actividad o proyecto que se pretende realizar o modificar, el estudios de impacto ambiental (EIA), se encarga de determinar si la actividad o proyecto se hace cargo de los efectos ambientales que genera, mediante la aplicación de medidas de mitigación, reparación y compensación, Gestión de Recursos Naturales (GRN, 2018, p 22).

2.14.1 Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo gracias al ingenio del científico Lázaro Lagos el cual modificó la mencionada matriz para transformarlo en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa (Vélez, 2016, p 38).

En este contexto, los elementos para el estudio de impacto ambiental son:

Tabla 4-2: Elementos para el estudio de impacto ambiental

Elementos	Impacto ambiental
Magnitud	<p>Se determina a través de 3 rangos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Baja intensidad: Cuando el área afectada es menor a 1 ha. 2. Moderada intensidad: Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has 3. Alta intensidad: Cuando el área afectada es mayor a 10 has.
Importancia	<p>Se representa mediante cuatro rangos de evaluación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (0) Sin importancia 2. (1) Menor importancia 3. (2) Moderada importancia 4. (3) importante importancia
Certeza	<p>Se representa mediante tres rangos definidos con letras:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75% 2. D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75% 3. I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.
Tipo	<p>Se define a través de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (Pr) Primario: Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto 2. (Sc) Secundario: Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto 3. (Ac) Acumulativo: Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos
Reversibilidad	<p>Puede ser de dos tipos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reversible: Si el impacto es transformable por mecanismos naturales 2. Irreversible: Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales
Duración	<p>Se determina a través del tiempo en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Corto plazo: Si el impacto permanece menos de 1 año 2. Mediano plazo: Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años 14 3. largo plazo: Si el impacto permanece más de 10 años
Tiempo en aparecer	<p>Se determina por el tiempo, y se clasifica:</p>

Elementos	Impacto ambiental
	<ol style="list-style-type: none"> 1. (C) Corto plazo: Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto. 2. (M) Mediano plazo: Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto. 3. (L) Largo plazo: Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.
Considerado en el proyecto	<p>Se define por las alternativas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (S) Si: Si el impacto fue considerado en el proyecto. 2. (N) No: Si el impacto no fue considerado en el proyecto Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medio ambiente en general.

Fuente: GAD Parroquial de Sumaco (2015).

2.15 Estudio de mercado

El estudio de mercado es el conjunto de acciones, permite saber la respuesta del mercado, proveedores, competencia ante un producto o servicio, también se encarga en el analizar la oferta y demanda. básicamente el objetivo del estudio de la demanda es tener una visión clara de las características del producto o servicio que sé que requiere introducir en el mercado (Rico, 2017). Según la (Secretaria de Mercado [sin fecha]) el estudio de mercado se refiere a dos ideas relativas de mercado la primera parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios por segundo lado se refiere al lugar donde se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios.

2.16 Estudio administrativo y legal

El estudio administrativo y legal implica dos aspectos muy importantes, por un lado, cómo se planearán y controlarán todos los recursos con los que dispondrá la empresa (Serrano, 2012). Por su parte, Alvarado (2015) Se encarga de determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento, así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Finalmente, Diaz (2012) manifiesta que representa uno de los aspectos más importantes dentro de un plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores de la misma manera busca determinar la viabilidad de un proyecto, localización de productos, subproductos y patentes.

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

Para el cumplimiento del presente trabajo de investigación se articuló en 5 objetivos, que se realizó mediante técnicas de revisión bibliográfica y de campo, a través de la recopilación de información por medio de fuentes primarias y secundarias. Se trabajó bajo la metodología de Muñoz (2017).

3.1 Determinar la viabilidad comercial

3.1.1 Análisis de la demanda turística

3.1.1.1 Segmentación del mercado

Para realizar la demanda turística se tomó en cuenta a los turistas nacionales y extranjeros que llegaron al cantón Quijos durante el año 2019 que son 41.266 los cuales 34.013 son turistas nacionales y 7.253 son turistas internacionales (Molina et al, 2019).

3.1.1.2 Determinación de la muestra

La estratificación se definió en base a la proporcionalidad cuyo factor de estratificación se mide a través de la siguiente formula

$$f = \frac{n}{N}$$
$$f = \frac{244}{41266}$$
$$f = 0,00591$$

Tabla 1-3: Estratificación de la muestra

TIPO	ESTRATO	FACTOR DE ESTRATIFICACIÓN	ESTRATIFICACIÓN
Turistas extranjeros	7253	0,00591	43
Turistas nacionales	34013	0,00591	201
Total	41266		244

Realizado por: Boris Salazar 2021

3.1.1.3 Aplicación de técnicas e instrumentos

Una vez establecida la porción de encuestas a ser levantadas de acuerdo a la estratificación, la técnica que se utilizó fue la de investigación, la cual estaba conformada por un banco de preguntas de distinta tipología que se presentaran por medio de un cuestionario como instrumento de levantamiento de información.

Para la elaboración de la encuesta se tomó en cuenta las variables socio-demográficas y pictográficas las mismas que están orientadas a identificar los gustos y preferencias de acuerdo a los productos turísticos de la parroquia Sumaco.

3.1.1.4 Definición del perfil del turista

Una vez que se aplicó las encuestas a los turistas nacionales como internacionales se pudo determinar cuáles son los gustos y preferencias del turista, mediante a ellos se realizó el análisis estadístico y tabulación de los datos con su respectiva interpretación de cada pregunta obteniendo a si el perfil del turista nacional y extranjero.

3.1.1.5 Análisis de la oferta

3.1.1.5.1 Inventario de los atractivos Naturales

Ya con la actualización obtenida del inventario de los atractivos turísticos por medio de las fichas técnicas, conjuntamente con el equipo técnico de turismo del Gad Parroquial de Sumaco y el Departamento de Cultura, Turismo y Deportes del GAD Cantonal de Quijos, se procedió a la actualización de la tabla de resumen de los atractivos de la parroquia.

3.1.1.5.2 Inventario de la oferta complementaria

Para poder conocer la oferta complementaria se basó en el catastro turístico de la parroquia Sumaco y del cantón Quijos, considerando a todos los prestadores de servicios turísticos que existen en la zona.

3.1.1.5.3 Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia se determinó aquellas empresas o competidores prestadores de servicios de la parroquia Sumaco y del cantón Quijos que presenten productos similares a nuestro producto turístico: número de turistas con las que trabajan, datos que nos permitirán para calcular la demanda insatisfecha y la demanda objetiva.

- ***Confrontación de la oferta - demanda***

Se aplico la formula del incremento compuesto; $Co = Cn (1+i)^n$.

- **Cn**= demanda actual (turistas nacionales e internacionales)
- **i**= incremento de turistas nacionales e internacionales
- **n**= año a proyectarse

De la misma manera se utilizó la tasa del índice de crecimiento poblacional que es el 2% como lo establece el INEC (2010), también se realizó la proyección obteniendo la demanda insatisfecha y objetiva. Se aplicó la siguiente formula:

- Demanda potencial= Demanda total * % de aceptación
- Demanda insatisfecha= Demanda potencial – Competencia
- Demanda objetiva= Demanda insatisfecha * porcentaje que se pretende captar

3.2 Establecer la viabilidad técnico productivo

Para elaborar la estructura técnica del producto se realizará las siguientes actividades: a) Se determinará el tamaño del proyecto y la localización que son la base fundamental para el diseño del producto turístico. Seguido, b) Se identificarán los atractivos de mayor relevancia y sus características. Esto permitirá c) Diseñar los flujogramas para cada una de las actividades turísticas que formarán parte de los paquetes. Luego, d) Se procederá a identificar los servicios necesarios para la operación. Adicionalmente, e) Se considerará los requerimientos del área productiva.

3.3 Determinar la viabilidad ambiental

En el estudio del impacto ambiental se procederá a identificar y evaluar el grado de impacto mediante: a) la utilización de la matriz de Lázaro Lagos, la cual determinará la línea base de las componentes ambientales, causa y efecto, identificando las actividades y los impactos que estos ocasionan, Luego, b) Se considerará el método de calificación asignando valores cualitativos el

cual permitirá asignar un carácter ya sea positivo o negativo, estableciendo una respectiva ponderación. Posteriormente, c) se diseñará un plan de manejo ambiental para el proyecto.

3.4 Determinar la viabilidad administrativo legal

En base al estudio legal administrativo se trabajará conjuntamente con los involucrados de las comunidades de estudio el marco jurídico turístico mediante talleres participativos donde se analizará:

- Ley de turismo.
- Ley de Economía Popular y Solidaria.
- Reglamento general de actividades turísticas.
- Ley de compañías.

Mediante esto se definirá la condición legal que sustente la operación del producto turístico. Posterior a ello, y en lo que concierne al ámbito administrativo se determinará el personal necesario para el desarrollo del producto, el organigrama estructural y el manual de cargos y funciones para el correcto funcionamiento de la empresa.

3.5 Establecer la viabilidad económica financiera

Finalmente, para el análisis económico se tomará como base a los requerimientos de las áreas antes mencionados, donde se procederá a determinar:

- Presupuesto de inversión
- Fuentes de financiamiento
- Amortización de activos fijos
- Depreciación de activos diferidos
- Amortización de activos diferidos
- Estructura de costos y gastos
- Estructura de ingresos
- Cálculo de flujo de caja

En la evaluación financiera se determinará la viabilidad de la inversión en base al cálculo de las siguientes ratios: VAN, para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial. TIR, para identificar la rentabilidad del capital invertido. RBC, para determinar la relación de ganancias o pérdidas.

CAPITULO IV

4 MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL

4.1.1 Análisis de la demanda

4.1.1.1 Turistas nacionales

1.- ¿Género?

Tabla 1-4: Género – Distribución encuesta nacional

GÉNERO		PORCENTAJE
Masculino	104	52%
Femenino	97	48%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022

Realizado por: Salazar B, 2022

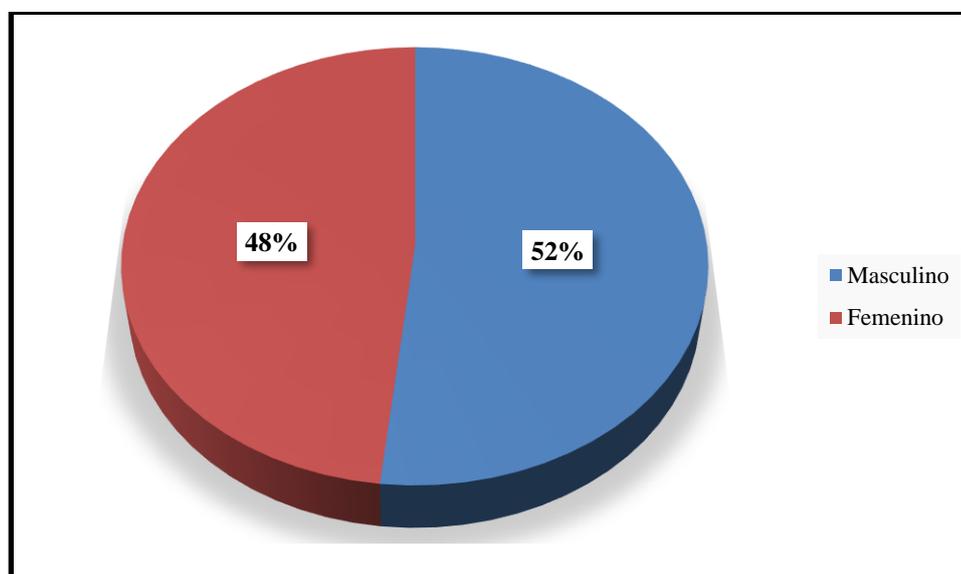


Ilustración 3-4: Género - Distribución de la demanda nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 52% de los turistas nacionales encuestados son hombres y finalmente el 48% son mujeres.

2.- ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

Tabla 2-4: Edad – Distribución encuesta nacional

EDAD		PORCENTAJE
15 – 20	37	18%
21 – 25	48	24%
26 – 30	26	13%
31 – 35	20	10%
36 – 40	23	11%
41 – 45	17	9%
46 – 50	14	7%
Mayor a 51	16	8%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022

Realizado por: Salazar B, 2022

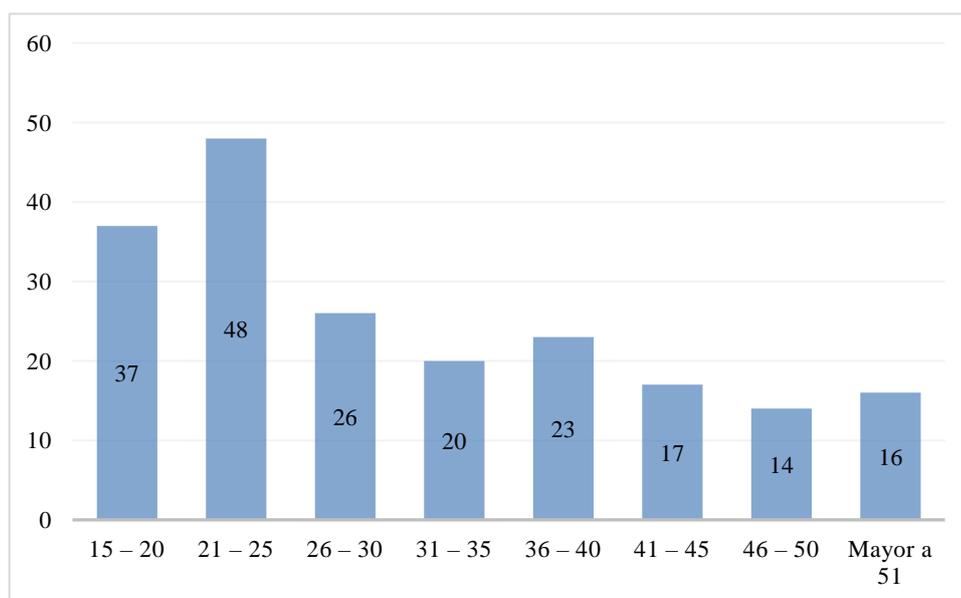


Ilustración 4-4: Edad - Distribución del segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 18% de los turistas nacionales encuestados son de 15 a 20 años, seguido del 24% con un rango de 21 a 25, y el 13% con un rango de 26 a 30 años, posteriormente el 10% se encuentran de 31 a 35 años, seguidamente con un 11% de 36 a 40 años mientras tanto el 9% en rango de 41 a 45 años, y el 7% corresponde a personas de 46 a 50 años, finalmente el 8% son mayores de 51 años.

3.- ¿Lugar de procedencia?

Tabla 1-4: Procedencia – Distribución encuesta nacional

PROCEDENCIA		PORCENTAJE
Riobamba	8	4%
Ambato	23	11%
Archidona	19	10%
Guayaquil	14	7%
Baeza	6	3%
Baños de agua santa	22	11%
Chaco	16	8%
Quito	67	33%
Borja	10	5%
Tena	16	8%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

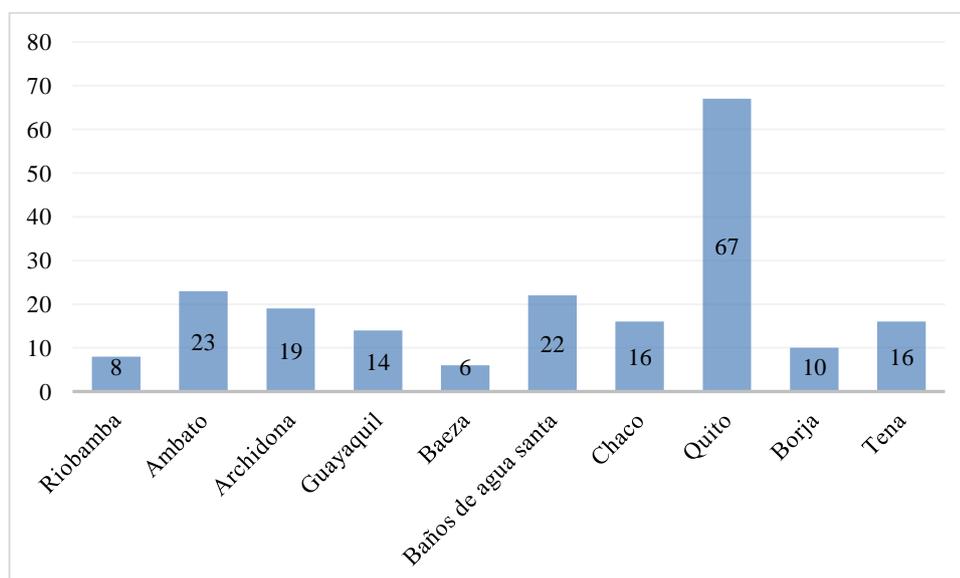


Ilustración 5-4: Procedencia - Distribución del segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 4% de los turistas nacionales encuestados son de la ciudad de Riobamba, 11% de Ambato, 10% Archidona, 7% Guayaquil, 3% Baeza, 11% Baños, 8% Chaco, 33% Quito, 5% Borja, y finalmente el 8% de la ciudad del Tena.

4.- ¿Conoce usted o ha escuchado acerca de la parroquia de Sumaco en el cantón Quijos?

Tabla 2-4: Conocimiento de la parroquia de Sumaco – Distribución encuesta nacional

CONOCIMIENTO DE LA PARROQUIA DE SUMACO		PORCENTAJE
Si	96	52%
No	105	48%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

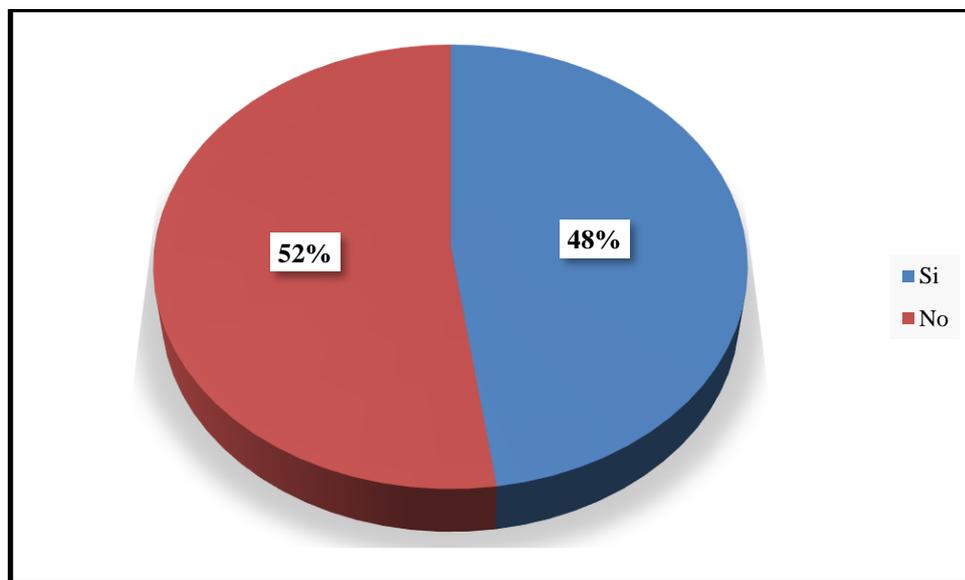


Ilustración 6-4: Conocimiento de la parroquia de Sumaco - Distribución del segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 48% de los turistas nacionales encuestados si conocen la parroquia de Sumaco, y el 52% de los turistas nacionales no conocen.

5.- ¿Le interesaría visitar la parroquia de Sumaco?

Tabla 3-4: Interés por conocer el producto turístico en la parroquia de Sumaco – Distribución encuesta nacional

INTERÉS POR CONOCER		PORCENTAJE
Si	131	65%
No	70	35%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo 2022.
Realizado por: Salazar B, 2022.

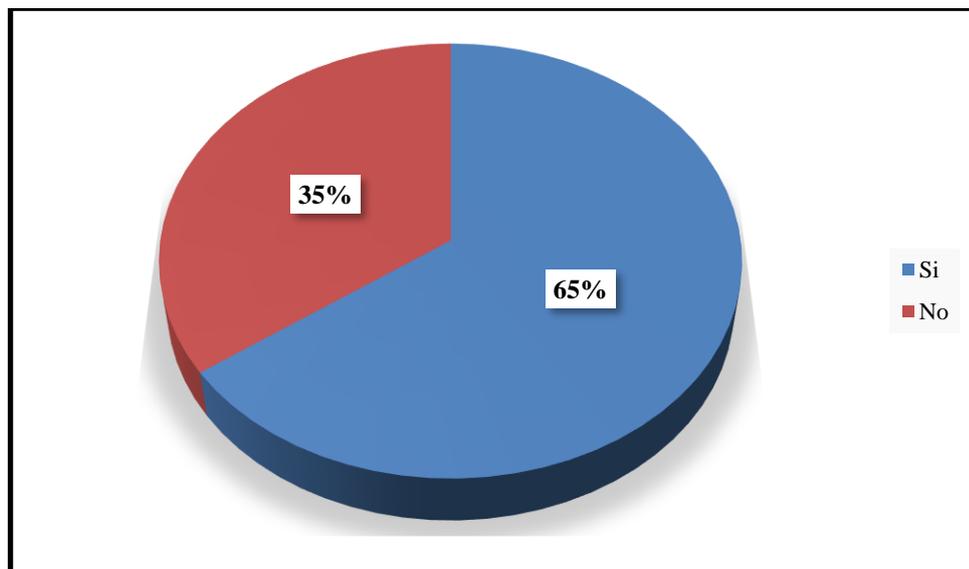


Ilustración 7-4: Interés por conocer la parroquia de Sumaco – Segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 65% de los turistas nacionales encuestados están interesados por conocer la parroquia de Sumaco, mientras que el 35% no están dispuestos a conocer.

6.- ¿Qué tipos de servicios le gustaría utilizar en la parroquia de Sumaco?

Tabla 4-4: De servicios – Distribución encuesta nacional

SERVICIOS		PORCENTAJE
Alimentación	88	44%
Hospedaje	58	29%
Guianza	32	16%
Otros	23	11%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

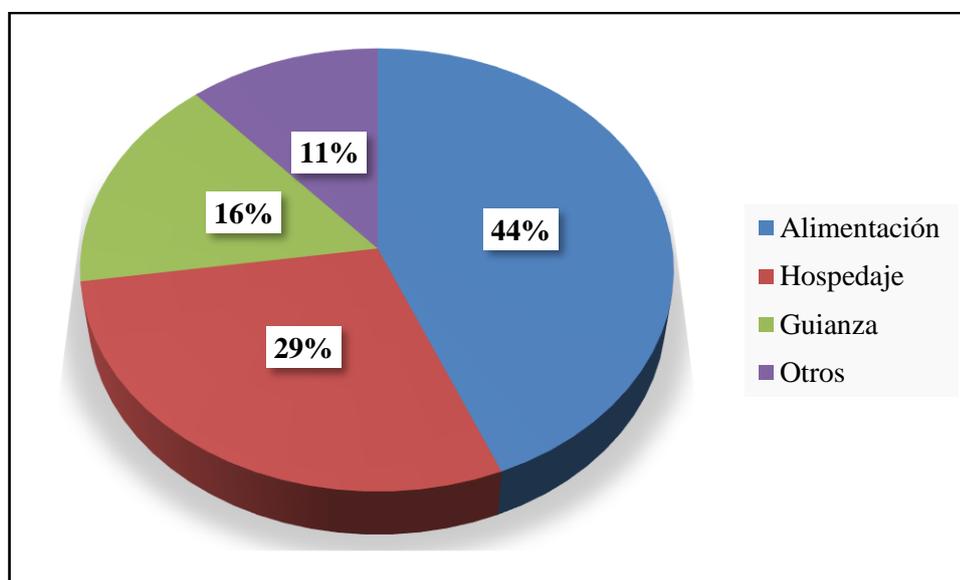


Ilustración 8-4: Servicios que le gustaría utilizar – Segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 44% de los turistas nacionales encuestados optaron por el servicio de alimentación, 29% hospedaje, 16% corresponde a guianza y finalmente el 11% a otros.

7.- ¿Qué tipo de actividades de gustaría realizar en la parroquia de Sumaco?

Tabla 5-4: Actividades de interés – Distribución encuesta nacional

ACTIVIDADES		PORCENTAJE	
Rafting	78	39%	
Kayak	41	20%	
Trekking	28	14%	
Fotografía Turística	7	4%	
Agroturismo	9	4%	
Turismo Cultural	5	3%	
Turismo Comunitario	11	5%	
Camping	22	11%	
TOTAL	201	100%	

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

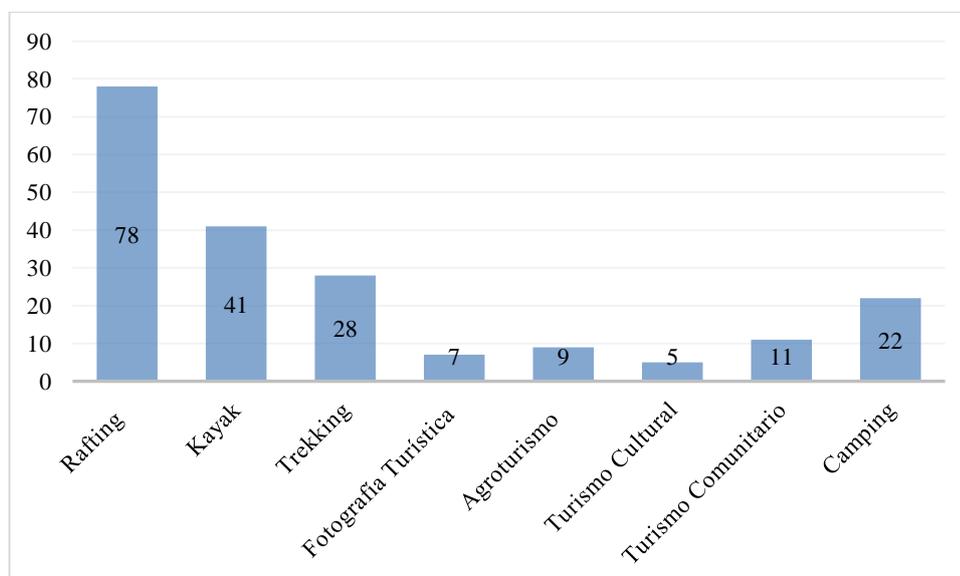


Ilustración 9-4: Actividades – Segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 39% de los turistas nacionales encuestados optaron por el Rafting, el 20% Kayak, 14% trekking, 4% fotografía, 4% agroturismo, 3% turismo cultural, 5% turismo comunitario y finalmente el 11% camping.

8.- ¿Qué atractivos le gustaría conocer en la parroquia de Sumaco?

Tabla 6-4: Atractivos – Distribución encuesta nacional

ATRATIVIVOS	PORCENTAJE	
Cascada Chontayaku	47	23%
Parque Nacional Sumaco Napo Galeras	15	8%
Cascada del rio Britaño	41	20%
Rios Quijos	39	19%
Cascada Pakayaku	38	19%
Gruta de la virgen de Guadalupe	18	9%
Iglesia de Sumaco	3	2%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

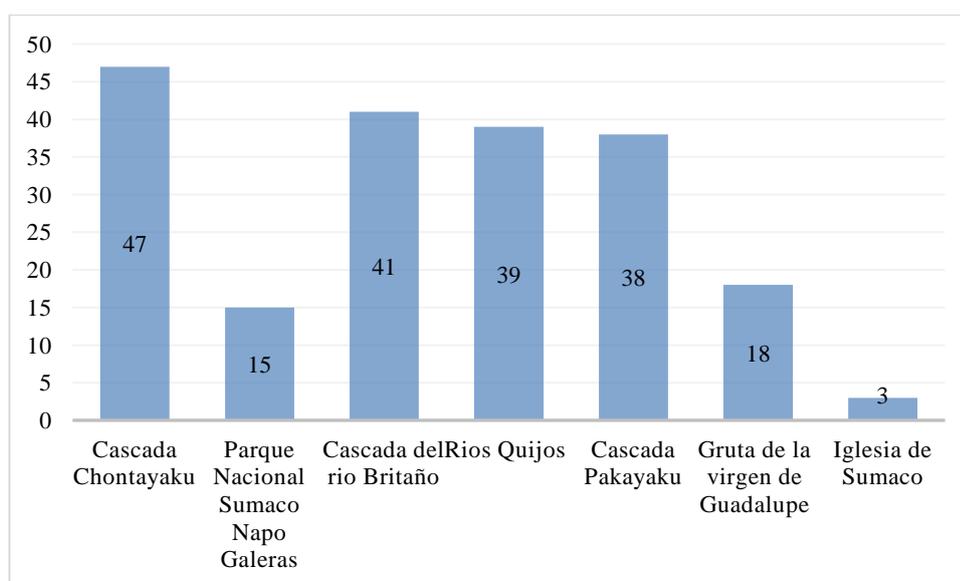


Ilustración 10-4: Atractivos – Segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 23% de los turistas nacionales encuestados optaron por conocer la Cascada de Chontayaku, 8% el Parque nacional Sumaco, 20% la Cascada del rio Britaño, 19% el rio Quijos, 19% la Cascada Pakayaku, 9% Gruta de la virgen de Guadalupe, finalmente el 2% la Iglesia de Sumaco.

9.- ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la parroquia de Sumaco?

Tabla 7-4: Alimentación – Distribución encuesta nacionales

ALIMENTACIÓN		PORCENTAJE
Típica de la Zona	87	43%
Vegetariana	71	35%
Nacional	34	17%
Internacional	9	5%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.
Realizado por: Salazar B, 2022.

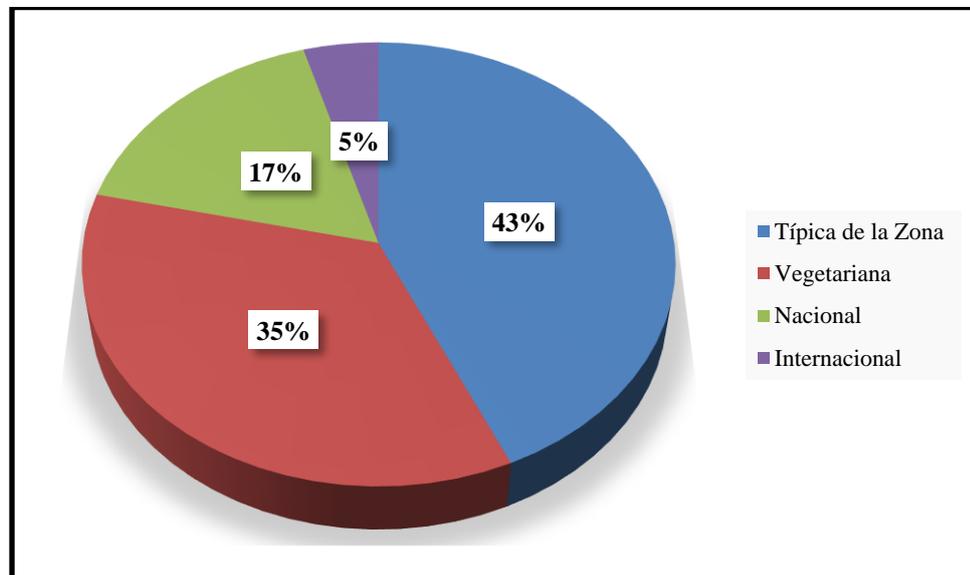


Ilustración 11-4: Alimentación – Segmento nacional
Realizado por: Boris Salazar, 2022.

El 43% de los turistas nacionales encuestados están dispuestos a consumir la comida típica de la zona, 35% Vegetariana, 17% Nacional y el 5% comida internacional.

10.- ¿En qué temporada del año usted viaja?

Tabla 8-4: Temporada del año – Distribución encuesta nacional

TEMPORADA		PORCENTAJE
Enero – Marzo	52	26%
Abril – Junio	43	21%
Julio - Septiembre	73	36%
Octubre – Noviembre	33	17%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

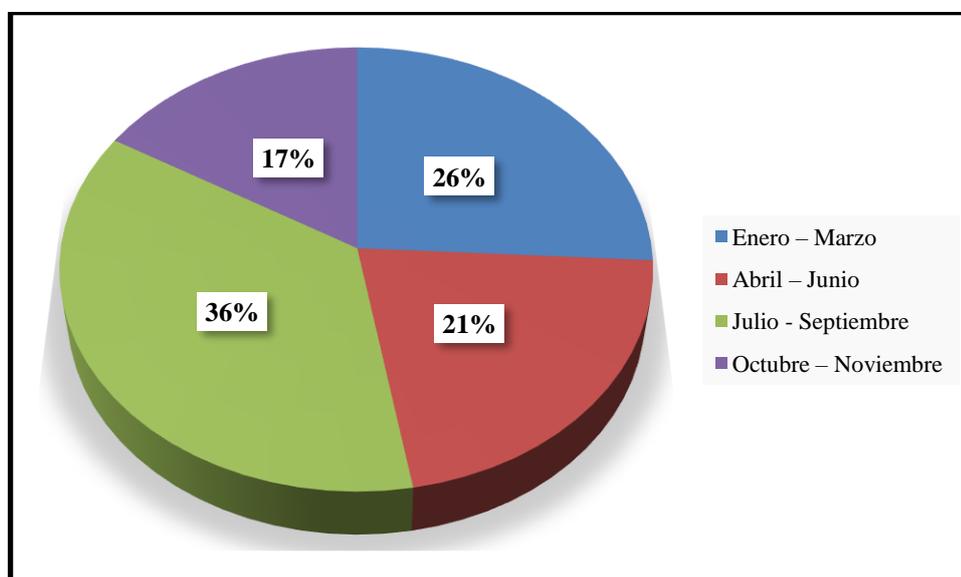


Ilustración 12-4: Temporada de viaje – Segmento nacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 26% de los turistas nacionales encuestados viajan en el mes de enero - marzo, 21% Abril – Junio, 36% Julio – Septiembre y el 17% en el mes de Octubre – Noviembre.

11.- ¿Cuándo usted viaja, ¿cuál es su promedio de estancia?

Tabla 9-4: Estancia – Distribución encuesta nacional

ESTANCIA		PORCENTAJE
1 día	48	24%
2 - 3 días	65	32%
3 - 4 días	38	19%
4 - 5 días	22	11%
5 - 6 días	17	8%
6 - 7 días	11	6%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo 2022.
Realizado por: Salazar B, 2022.

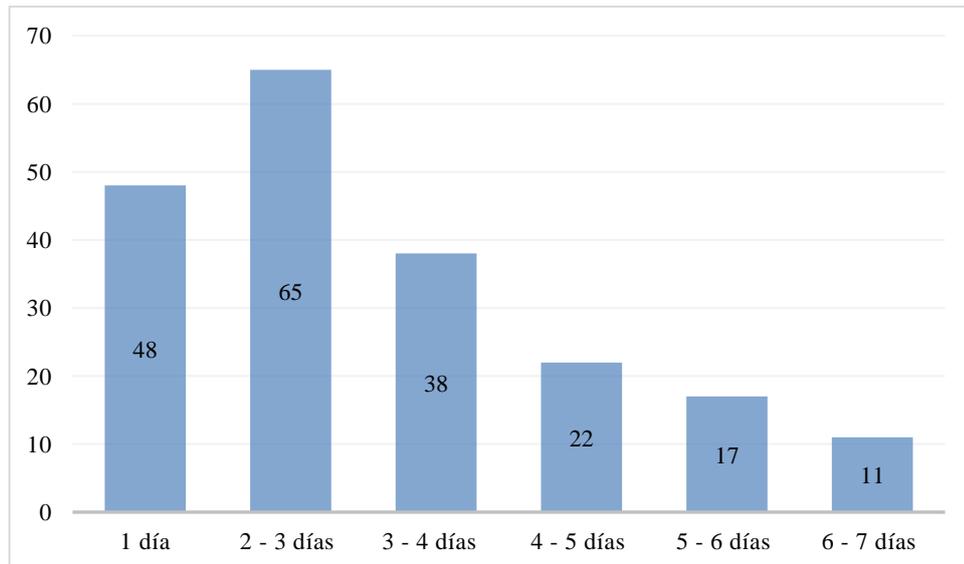


Ilustración 13-4: Estancia – Segmento nacional
Realizado por: Salazar B, 2022.

El 24% de los turistas nacionales encuestados su estadía es de 1 día, 32% 2 – 3 días, 19% 3- 4 días, 11% 4 – 5 días finalmente el 8% 5 – 6 y el 6% de 6-7 días.

12.- ¿Con quién normalmente viaja usted?

Tabla 10-4: Normalmente viaja – Distribución encuesta nacional

NORMALMENTE VIAJA		PORCENTAJE
Solo	48	24%
Familia	73	36%
En pareja	35	17%
Con amigos	29	14%
Tur contratado	11	6%
Guía privado	5	3%
TOTAL	201	100%

Fuente: trabajo de campo 2022.
Realizado por: Salazar B, 2022.

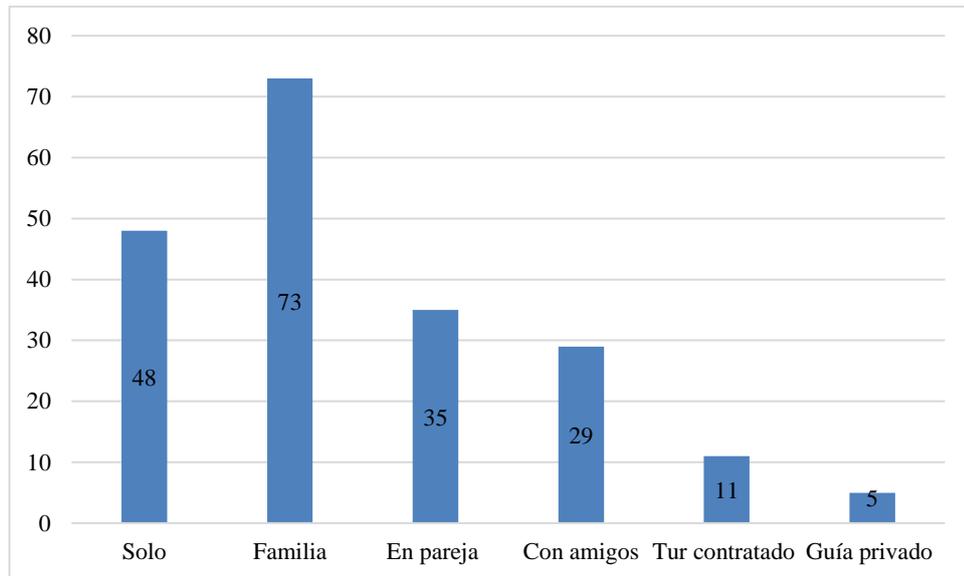


Ilustración 14-4: Normalmente viaja – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 24% de los turistas nacionales encuestados viajan solos, 36% familia, 17% en pareja, 14% con amigos, 6% tur contratado y finalmente el 3% viajan con guías privados.

13.- ¿Cuándo viaja generalmente cuánto gasta usted por día?

Tabla 11-4: De gastos de viaje – Distribución encuesta nacional

GASTO		PORCENTAJE
15 - 30 USD	48	24%
30 - 45 USD	64	32%
45 - 65 USD	35	17%
65 - 85 USD	29	14%
85 – 100 USD	15	8%
Más de 100 USD	10	5%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo 2022.
Realizado por: Salazar B, 2022.

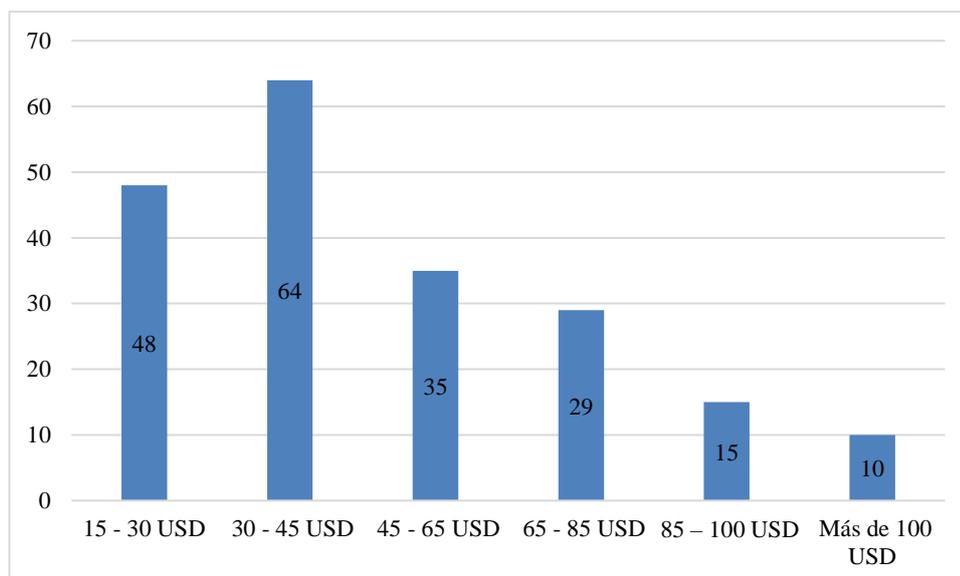


Ilustración 15-4: Gasto de viaje – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 24% de los turistas nacionales encuestados gastan de 15 – 30 USD, 32% 30 – 45 USD, 17% USD, 14% USD, y el 8% de los turistas internacionales gastan de 85 – 100 USD, finalmente el 5% gastan ms de 100 USD.

14.- ¿Cuál es el medio que utiliza usted para realizar su viaje?

Tabla 12-4: Medio de viaje – Distribución encuesta nacionales

MEDIO DE VIAJE		PORCENTAJE
Con agencia	89	44%
Sin agencia	112	56%
TOTAL	201	100%

Fuente: Trabajo de campo 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

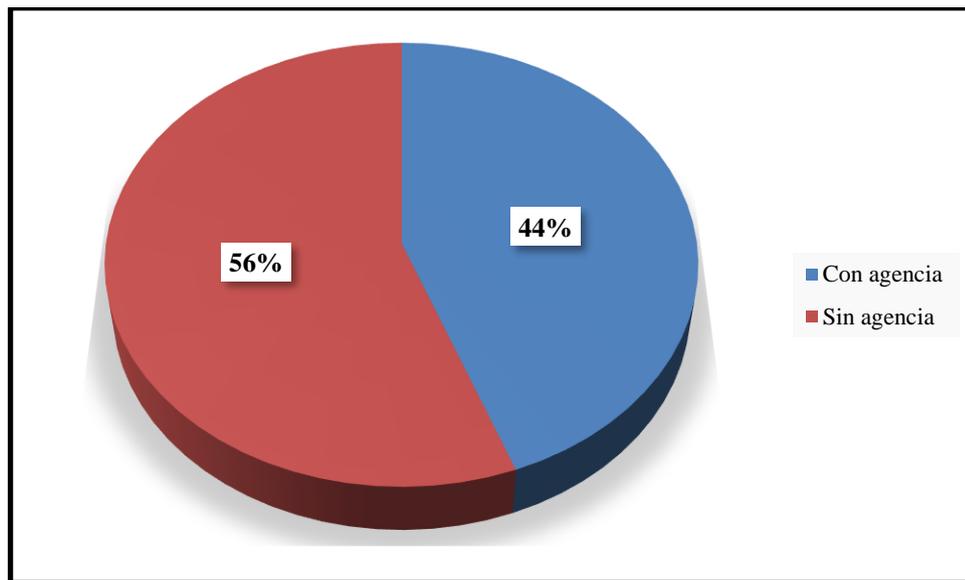


Ilustración 16-4: Medio de viaje – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 44% de los turistas nacionales encuestados viajan en agencia, y el 56% viajan sin agencia.

15.- ¿Por qué medio se informa acerca de la actividad turística?

Tabla 13-4: Medios de información – Distribución nacionales

Medios de información		Porcentaje
Agencias de viaje / Operadoras de turismo	25	12%
Amigos / Familia	39	19%
Guías de turismo	19	9%
Libros / Revista	14	7%
Redes sociales	88	44%
Radio / TV	11	6%
Otros	5	3%
Total	201	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

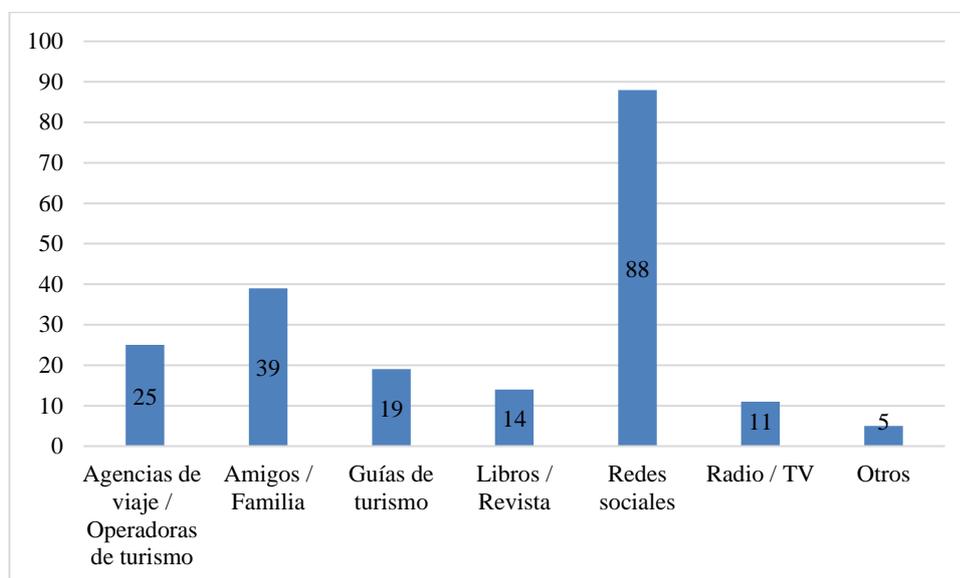


Ilustración 17-4: Información de viajes – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

El 12% de los turistas nacionales encuestados se informan por medio de agencias de viaje / operadoras de turismo, 19% por medio de amigos / familiares, 9% guías de turismo, 7% libros, 44% redes sociales, finalmente el 6% por medio la Radio / TV y el 3% por medio de otros.

4.1.1.2 Turistas extranjeros

1.- ¿Género?

Tabla 14-4: Género - distribución encuesta internacional

GÉNERO		PORCENTAJE
Masculino	52	63%
Femenino	39	37%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 20212.

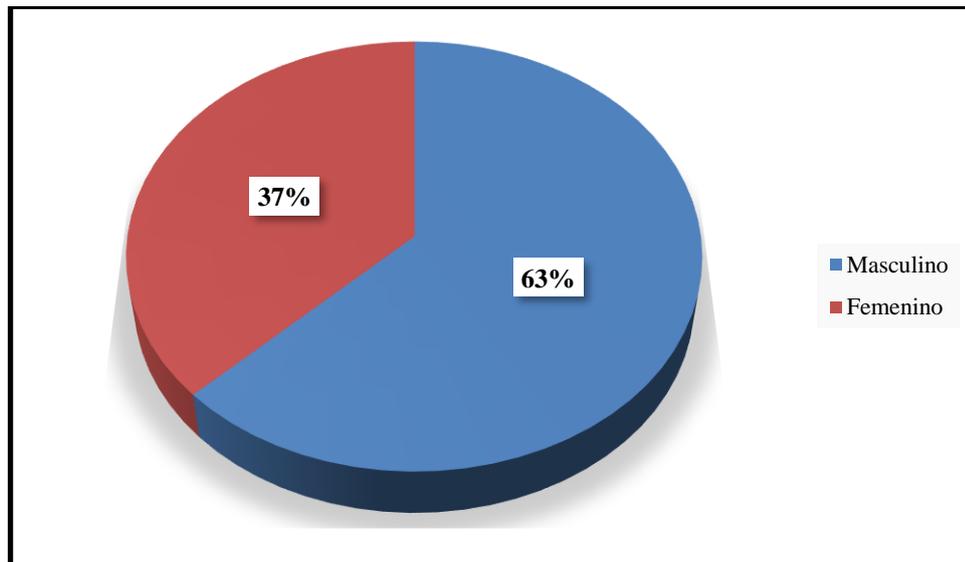


Ilustración 18-4: Género distribución de la demanda internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 63% de los turistas internacionales encuestados son mujeres y finalmente el 37% son hombres.

2.- ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

Tabla 15-4: Edad – Distribución encuesta internacional

EDAD		PORCENTAJE
15 – 20	7	16%
21 – 25	12	28%
26 – 30	9	21%
31 – 35	5	12%
36 – 40	4	9%
41 – 45	2	5%
46 – 50	3	7%
Mayor a 51	1	2%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

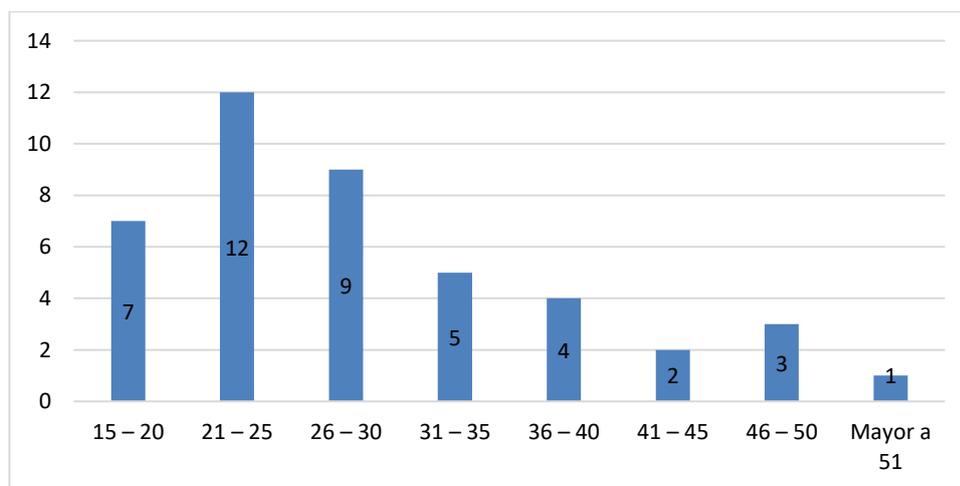


Ilustración 19-4: Edad - Segmento internacionales

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 16% de los turistas internacionales encuestados están son de 15 a 20 años, seguido del 28% con un rango de 21 a 25, y el 21% con un rango de 26 a 30 años, posteriormente el 12% se encuentran de 31 a 35 años, seguidamente con un 9% de 36 a 40 años mientras tanto el 5% en rango de 41 a 45 años, y el 7% corresponde a personas de 46 a 50 años, finalmente el 2% son mayores de 51 años.

3.- ¿Lugar de procedencia?

Tabla 16-4: Procedencia – Distribución encuesta internacional

PROCEDENCIA		PORCENTAJE
USA	12	28%
Alemania	17	39%
Francia	9	21%
España	5	12%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

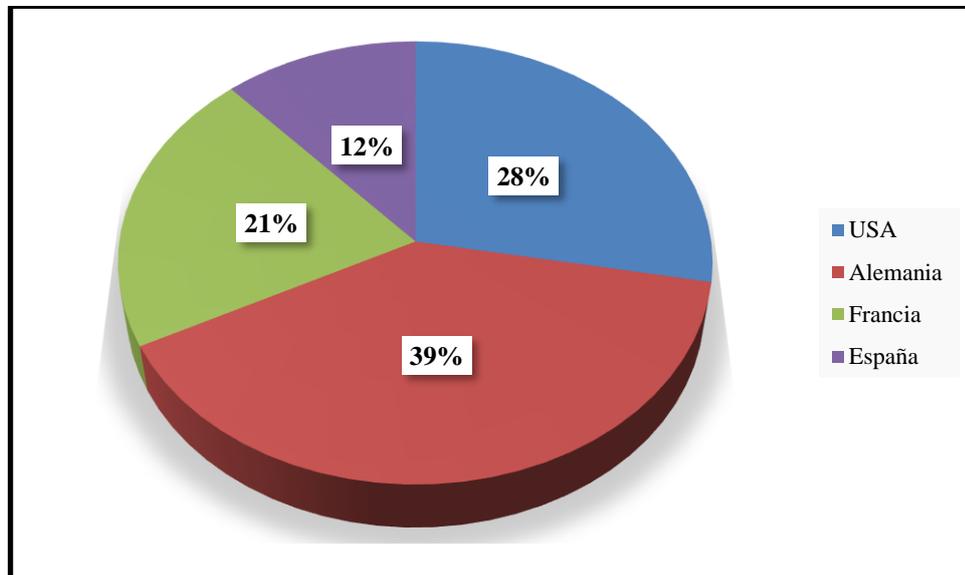


Ilustración 20-4: Procedencia - Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 28% de los turistas internacionales encuestados son de USA, y el 39% de Alemania, seguidamente de Francia con un 21% y finalmente 12% España.

4.- ¿Conoce usted o ha escuchado acerca de la parroquia de Sumaco en el cantón Quijos?

Tabla 17-4: Conocimiento de la parroquia de Sumaco – Distribución encuesta internacional

CONOCIMIENTO DE LA PARROQUIA DE SUMACO		PORCENTAJE
Si	34	21%
No	9	79%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

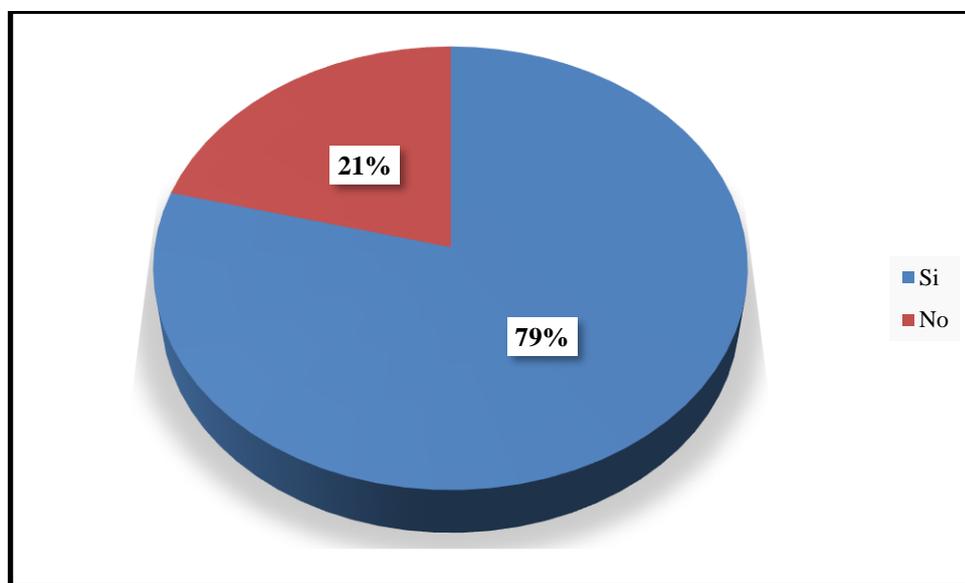


Ilustración 21-4: Conocimiento de la parroquia de Sumaco – Segmento internacional
Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 79% de los turistas internacionales encuestados si conocen la parroquia de Sumaco, y el 21% de los turistas internacionales no conocen.

5.- ¿Le interesaría visitar la parroquia de Sumaco?

Tabla 18-4: Interés por conocer el producto turístico en la parroquia de Sumaco – Distribución encuesta internacional

Interés por conocer el producto		Porcentaje
Si	43	100%
No	0	0%
Total	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

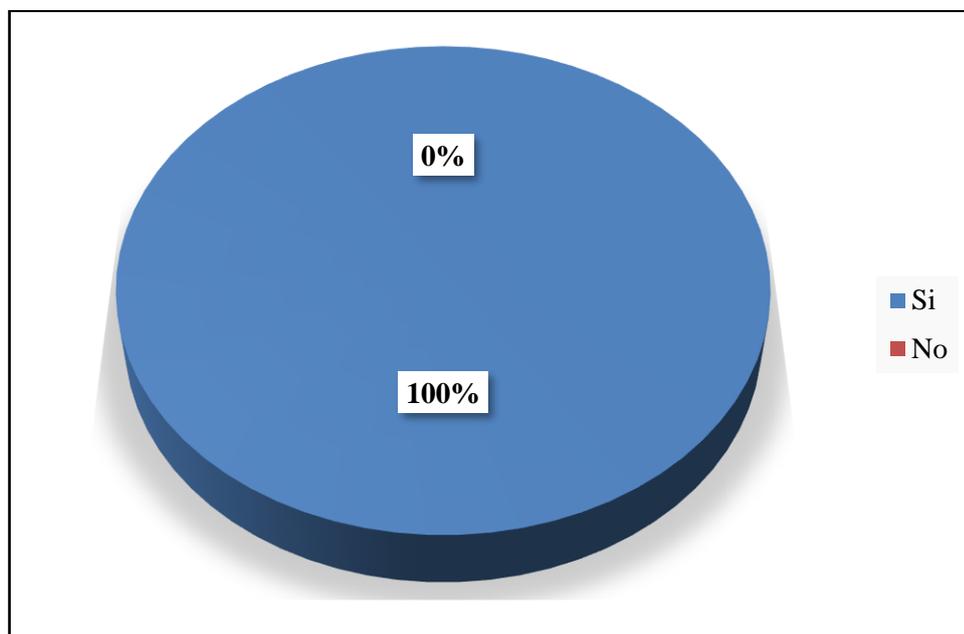


Ilustración 22-4: Interés por conocer la parroquia de Sumaco – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 100% de los turistas internacionales encuestados están interesados por conocer la parroquia de Sumaco.

6.- ¿Qué tipos de servicios le gustaría utilizar en la parroquia de Sumaco?

Tabla 19-4: De servicios – Distribución encuesta Internacional

SERVICIOS		PORCENTAJE
Alimentación	23	53%
Hospedaje	12	28%
Guianza	8	19%
Otros	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

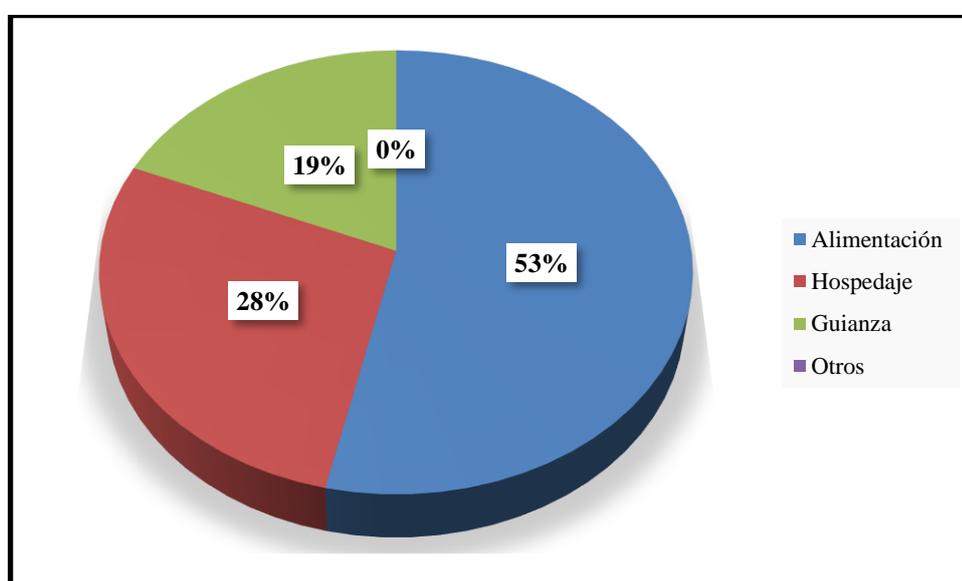


Ilustración 23-4: Servicios que le gustaría utilizar – Segmento internacional
Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 53% de los turistas internacionales encuestados optaron por el servicio de alimentación, 28% hospedaje y el 19% corresponde a guianza y finalmente el 0% a otros.

7.- ¿Qué tipo de actividades de gustaría realizar en la parroquia de Sumaco?

Tabla 20-4: Actividades de interés – Distribución encuesta internacional

ACTIVIDADES		PORCENTAJE
Rafting	16	37%
Kayak	14	33%
Trekking	4	9%
Fotografía Turística	1	3%
Agroturismo	3	7%
Turismo Cultural	1	2%
Turismo Comunitario	1	2%
Camping	3	7%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

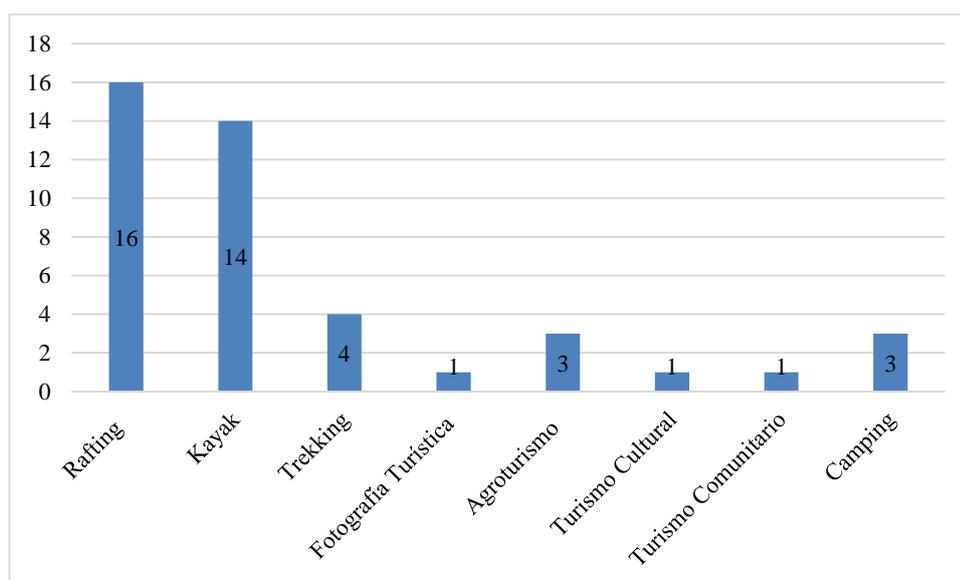


Ilustración 24-4: Actividades – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 37% de los turistas internacionales encuestados optaron por la actividad de Rafting, el 33% Kayak, 9% trekking, 3% fotografía, 7% agroturismo, 2% turismo cultural, 2% turismo comunitario y finalmente el 7% camping.

8.- ¿Qué atractivos le gustaría conocer en la parroquia de Sumaco?

Tabla 21-4: Atractivos – Distribución encuesta Internacional

ATRATIVIVOS	PORCENTAJE	
Cascada Chontayaku	12	28%
Parque Nacional Sumaco Napo Galeras	8	19%
Cascada del rio Britaño	11	25%
Rios Quijos	7	16%
Cascada Pakayaku	3	7%
Gruta de la virgen de Guadalupe	2	5%
Iglesia de Sumaco	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Boris Salazar B, 2022.

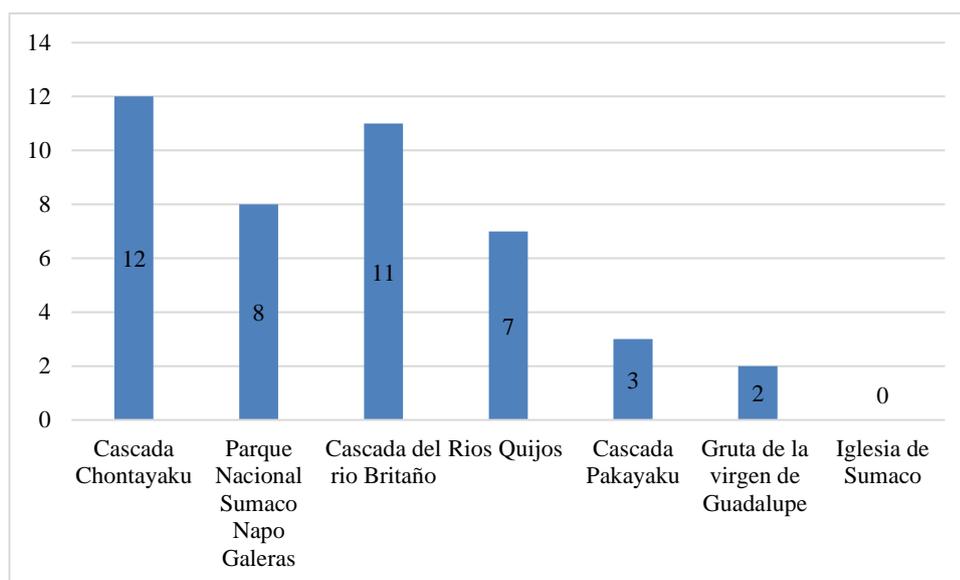


Ilustración 25-4: Atractivos – Segmento internacional

Realizado por: Boris Salazar 2022.

Análisis:

El 28% de los turistas internacionales encuestados optaron por conocer la cascada de Chontayaku, 19% Parque Nacional Sumaco 25% la cascada del rio Britaño, 16% el rio Quijos, 7% la Cascada Pakayaku, 5% la Gruta de la Virgen de Guadalupe, finalmente el 0% la Iglesia de Sumaco.

9.- ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la parroquia de Sumaco?

Tabla 22-4: Alimentación – Distribución encuesta internacional

ALIMENTACIÓN	PORCENTAJE	
Típica de la Zona	17	39%
Vegetariana	14	33%
Nacional	8	19%
Internacional	4	9%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

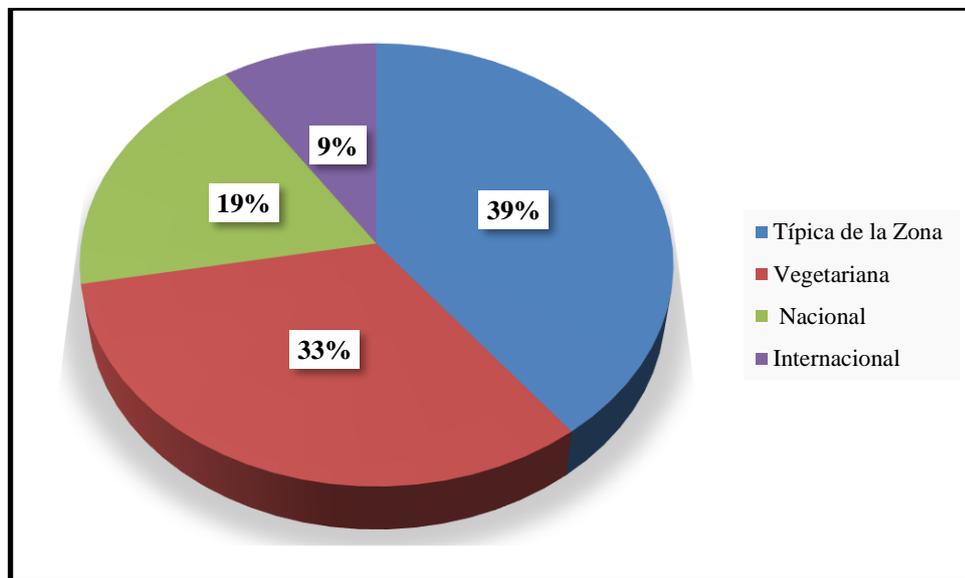


Ilustración 26-4: Alimentación – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 53% de los turistas internacionales encuestados optaron por consumir la comida típica de la zona, 21% Vegetariana, 17% Nacional y el 9% comida internacional.

10.- ¿En qué temporada del año usted viaja?

Tabla 23-4: Temporada del año – Distribución encuesta internacional

TEMPORADA		PORCENTAJE
Enero – Marzo	12	28%
Abril – Junio	17	39%
Julio - Septiembre	6	14%
Octubre – Noviembre	8	19%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

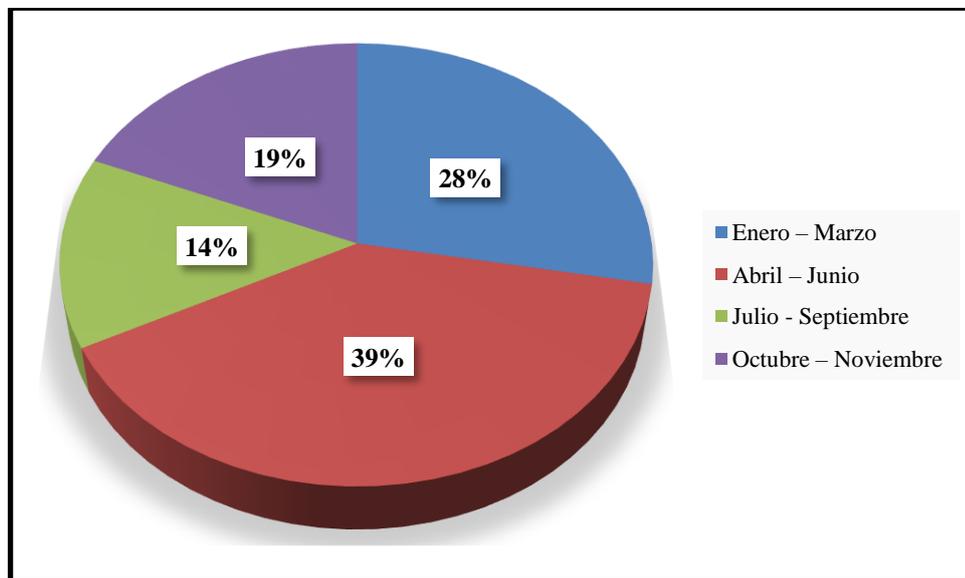


Ilustración 27-4: Temporada de viaje – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 28% de los turistas internacionales encuestados viajan en el mes de enero - marzo, 39% abril – junio, 14% julio – septiembre y el 19% en el mes de octubre – noviembre.

11.- ¿Cuándo usted viaja, ¿cuál es su promedio de estancia?

Tabla 24-4: Estancia – Distribución encuesta internacional

ESTANCIA		PORCENTAJE
1 día	11	26%
2 - 3 días	19	44%
3 - 4 días	8	19%
4 - 5 días	4	9%
5 - 6 días	1	2%
6 - 7 días	0	0%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

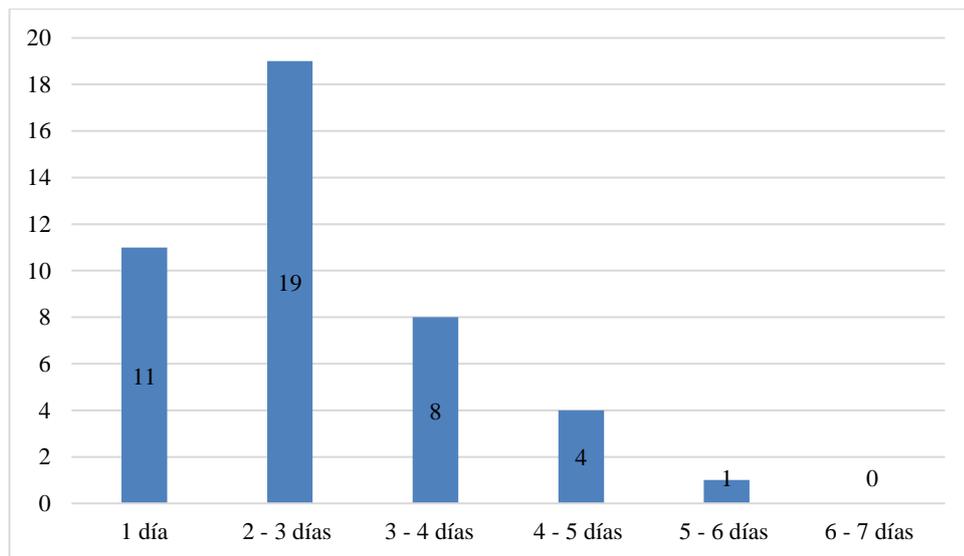


Ilustración 28-4: Estancia – Segmento internacional

Realizado por: Boris Salazar B, 2022.

Análisis:

El 26% de los turistas internacionales encuestados su estadía es de 1 día, 44% 2 – 3 días, 19% 3-4 días, 9% 4 – 5 días, 2% 5-6 días, y el 0% 6 – 7 días.

12.- ¿Con quién normalmente viaja usted?

Tabla 25-4: Normalmente viaja – Distribución encuesta internacional

NORMALMENTE VIAJA		PORCENTAJE
Solo	9	21%
Familia	12	28%
En pareja	10	23%
Con amigos	8	18%
Tur contratado	2	5%
Guía privado	2	5%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

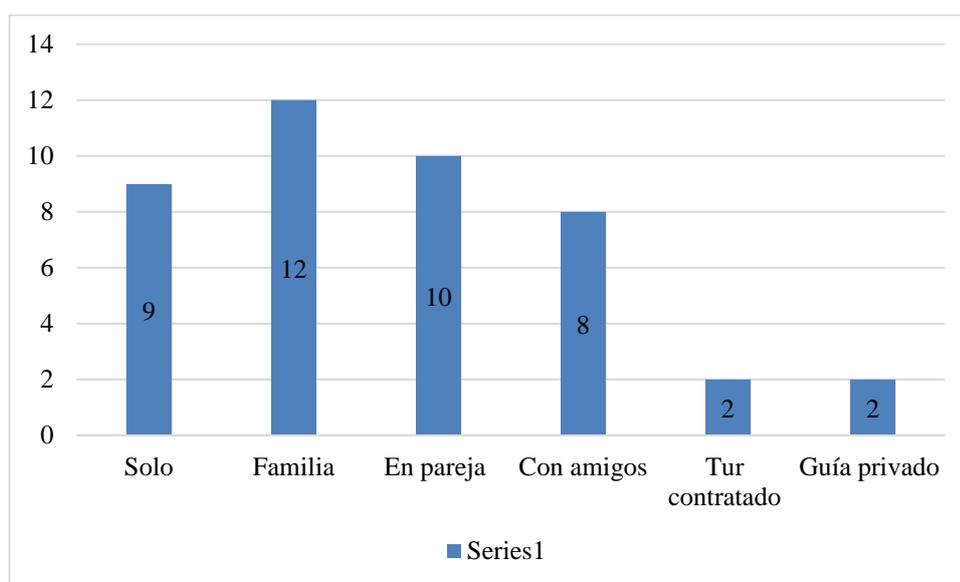


Ilustración 29-4: Normalmente viaja – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 21% de los turistas internacionales encuestados viajan solos, 28% familia, 23% en pareja, 18% con amigos, 5% tur contratado y finalmente el 5% viajan con guías privados.

13.- ¿Cuándo viaja generalmente cuánto gasta usted por día?

Tabla 26-4: De gastos de viaje – Distribución encuesta internacional

GASTO		PORCENTAJE
15 - 30 USD	9	21%
30 - 45 USD	17	39%
45 - 65 USD	6	14%
65 - 85 USD	4	9%
85 – 100 USD	5	12%
Más de 100 USD	2	5%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

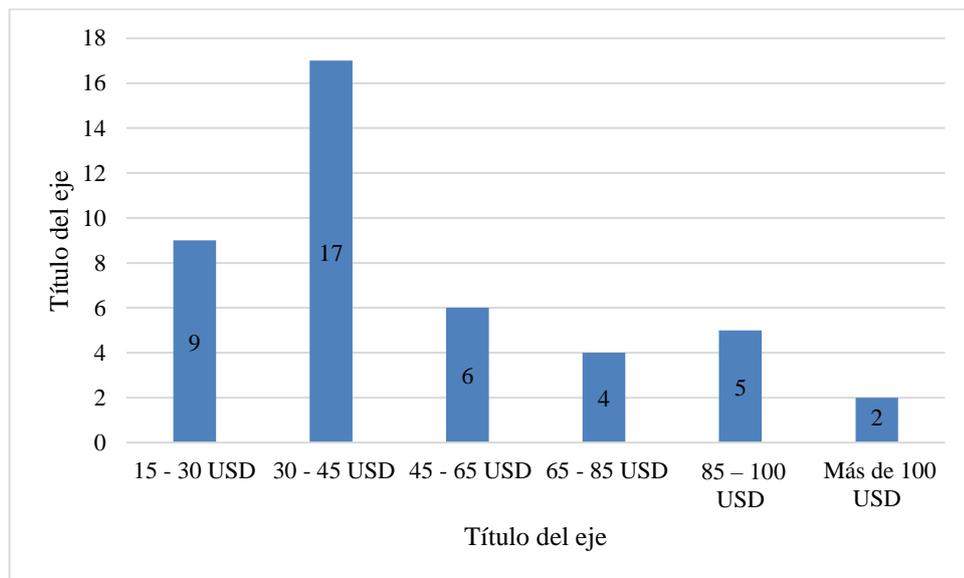


Ilustración 30-4: Gasto de viaje – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis:

El 21% de los turistas internacionales encuestados gastan de 15 – 30 USD, 39% 30 – 45 USD, 14% 45-65 USD, 9% 65-85 USD, y el 12% de los turistas internacionales gastan de 85 – 100 USD, finalmente el 5% gastan más de 100 USD.

14.- ¿Cuál es el medio que utiliza usted para realizar su viaje?

Tabla 27-4: Medio de viaje – Distribución encuesta internacional

MEDIO DE VIAJE		PORCENTAJE	
Con agencia	14		33%
Sin agencia	19		67%
TOTAL	43		100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

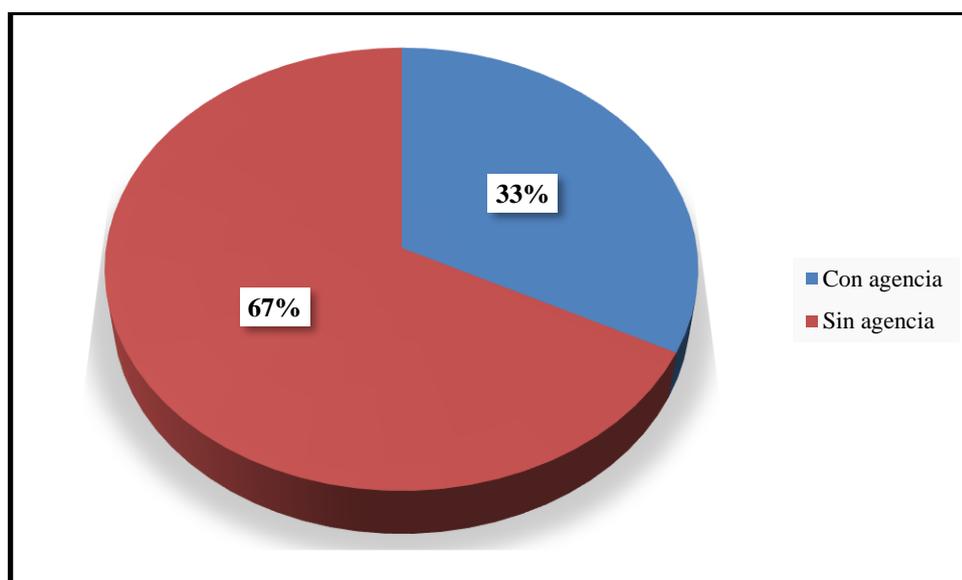


Ilustración 31-4: Medio de viaje – Segmento internacional

Realizado por: Salazar B, 2022.

Análisis

El 33% de turistas internacionales encuestados viajan por medio de agencias, y el 67% viajan sin agencia.

15.- ¿Por qué medio se informa acerca de la actividad turística?

Tabla 28-4: Medios de información – Distribución internacional

MEDIOS DE INFORMACIÓN		PORCENTAJE
Agencias de viaje / Operadoras de turismo	8	19%
Amigos / Familia	9	21%
Guías de turismo	3	7%
Libros / Revista	2	5%
Redes sociales	16	37%
Radio / TV	1	2%
Otros	4	9%
TOTAL	43	100%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

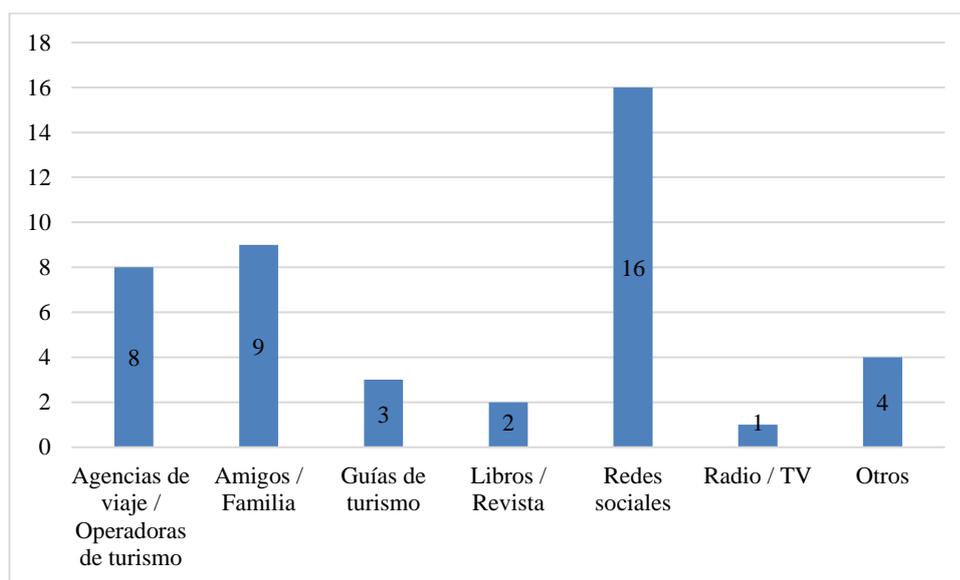


Ilustración 32-4: Información de viajes – Segmento internacional

Realizado por: Boris Salazar B, 2022.

Análisis:

El 19% de los turistas encuestados se informan por medio de agencias de viaje / operadoras de turismo, 21% por medio de amigos / familiares, 7% guías de turismo, 5% libros, 37% redes sociales, finalmente el 2% por medio la Radio / TV y el 9% por otros.

4.1.1.3 Perfil del turista

4.1.1.3.1 Turistas de origen nacional

Tabla 29-4: Perfil del turista nacional

VARIABLE	CARACTERÍSTICA	Porcentaje
Género	Masculino	52%
Edad	21-25 años	24%
Procedencia	Quito	33%
Conoce la parroquia de Sumaco	Si	52%
Interés por conocer el producto turístico	Si	73%
Servicios	Alimentación	44%
Actividades	Rafting	39%
Atractivos	Cascada Bretaña	20%
Alimentación	Típica de la zona	43%
Temporada de viaje	Julio-Septiembre	36%
Estancia	2-3 días	32%
Normalmente viaja	Familia	36%
Gasto de viaje	30-45 USD	32%
Medio de viaje	Sin agencia	56%
Información de actividades	Redes sociales	44%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

Interpretación:

El (52%) de los turistas nacionales que fueron encuestados son de sexo masculino, en un rango de edad de 21 a 25 años (24%), procedentes de la ciudad del Quito (33%), conocen la parroquia de Sumaco y el (52%) si están interesados por conocer el producto turístico, (65%) optando por un buen servicio de calidad en lo que es alimentación y con actividades turísticas por realizar como es el Rafting (44%), visitando la cascada gran Bretaña que es uno de los atractivos más relevantes de la parroquia Sumaco (39%), degustando la comida típica de la zona (20%). La temporada de viaje que lo realizan los turistas esta entre julio-septiembre (43%), con un tiempo de estancia de 2-3 días (32%), normalmente viajan en familia (36%), dispuestos a gastar de (30-45) dólares (332%), su medio de viaje lo realizan sin agencia (56%), su medio información es por las redes sociales (44%).

4.1.1.3.2 Turistas de origen internacional

Tabla 30-4: Perfil del turista internacional

VARIABLE	CARACTERÍSTICA	Porcentaje
Género	Masculino	63%
Edad	21-25 años	28%
Procedencia	Alemania	39%
Conoce la parroquia de Sumaco	No	79%
Interés por conocer el producto turístico	Si	100%
Servicios	Alimentación	53%
Actividades	Rafting	37%
Atractivos	Rio Quijos	28%
Alimentación	Típica de la zona	39%
Temporada de viaje	Abril-Junio	39%
Estancia	2-3 días	44%
Normalmente viaja	En familia	28%
Gasto de viaje	30-45USD	39%
Medio de viaje	Sin agencia	67%
Información de actividades	Redes Sociales	37%

Fuente: Trabajo de campo, 2022.

Realizado por: Salazar B, 2022.

Interpretación:

El (63%) de los turistas extranjeros que fueron encuestados son de sexo masculino, en un rango de edad de 21-25 años (28%), procedentes del país de Alemania (39%), no conocen la parroquia de Sumaco el (79%), están interesados por conocer el producto turístico (100%), optando por un buen servicio de calidad en lo que es el Alimentación (53%), actividades turísticas por realizar como es el Rafting (37%), visitando el rio Quijos que es uno de los atractivos más relevantes de la parroquia Sumaco para la práctica de deportes de agua (28%), con una alimentación que concierne en comida típica de la zona (39%). La temporada de viaje que lo realizan los turistas esta entre abril-junio (39%), con un tiempo de estancia de 3-4 días (44%), normalmente viajan en familia (28%), dispuestos a gastar de (30-45) dólares, (39%) su medio de viaje lo realizan sin agencia (67%), su medio de información es por las redes sociales (37%).

4.1.1.3.3 Proyección de la demanda

Para proceder hacer la proyección de la demanda se tomó en cuenta el número de turistas nacionales e internacionales.

Tabla 31-4: Cálculo de la demanda potencial-Turistas Nacionales y extranjeros

Segmento	Demanda potencial % de aceptación
Turistas Nacionales	34013 * 73% = 24,829.49
Turistas Internacionales	7253 * 100% = 7253

Realizado por: Salazar B, 2022.

Una vez realizada la demanda potencial se utilizó la fórmula de crecimiento compuesto y el índice de crecimiento poblacional del 2% de acuerdo a los datos otorgados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2021) con una proyección de demanda para 5 años.

Formula del crecimiento compuesto.

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

Co= Demanda potencial turistas nacionales (24,829.49) turistas internacionales (7.253).

i= Incremento anual de crecimiento poblacional (2%).

n= Año a proyectarse (1-5).

Tabla 32-4: Proyección de la demanda potencial

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL				
N°	AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	DEMANDA TOTAL
0	2021	24829	7253	32082
1	2022	25823	7543	33366
2	2023	26856	7845	34700
3	2024	27930	8159	36088
4	2025	29047	8485	37532
5	2026	30209	8824	39033

Realizado por: Salazar B, 2022.

4.1.2 Análisis de la oferta

4.1.2.1 Inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales

	NOMBRE DEL ATRACTIVO	ALTURA	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	CATEGORÍA
1	Cascada de Chontayaku	2065 msnm	Sitio natural	Río	Cascada	II
2	Parque Nacional Sumaco	2064 msnm	Sitio natural	Bosque	Montano bajo	II
3	Cascada del río Britaño	2065 msnm	Sitio natural	Río	Cascada	II
4	Río quijos	2062 msnm	Sitio cultural	Río	Rápido	III
5	Cascada de Pakayaku	2067 msnm	Sitio natural	Río	Río	II
6	Gruta de la virgen de Guadalupe	2062 msnm	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II
7	Iglesia de Sumaco	2061 msnm	Sitio natural	Histórico	Arquitectura religiosa	II

La parroquia de Sumaco cuenta con 7 diversos atractivos turísticos importantes para la actividad turística de la zona, a continuación, se detalla cada uno de los elementos de la oferta turística.

Tabla 33-4: Inventario de los atractivos turísticos de la parroquia de Sumaco

Realizado por: Salazar, B 2022.

De acuerdo a la valoración y jerarquización de los atractivos de la parroquia Sumaco, se encontró 7 atractivos de los cuales 5 son atractivos naturales de jerarquía II Y III, 2 atractivos culturales de jerarquía II, (N° 2)

4.1.2.2 Inventario de la oferta complementaria

La parroquia de Sumaco no cuenta con servicios turísticos, los puntos más cercanos que poseen servicios de alojamiento, alimentación y transporte es la parroquia de Borja y Baeza que queda a

pocos minutos de la parroquia de Sumaco. Pero es considerada como la planta turística de la parroquia de Sumaco que puede ser incorporados como parte de la oferta del producto de la zona

4.1.2.3 Establecimientos de alimentos y bebidas

Debido a la falta de establecimiento de restauración en la parroquia se tomó en cuenta los restaurantes y bares más cercanos a la parroquia de Borja.

Tabla 34-4: Establecimientos de alimentos y bebidas

PARROQUIA	NOMBRE	CATEGORÍA	SERVICIOS QUE OFERTA	DIRECCIÓN	CAPACIDAD
Sumaco	Pizzería Ancor	3 tenedores	Variedad de pizzas, café, capuchinos	Av. internacional Quito-Lago Agrio	20 pax
Borja	Restaurant Doña Cleo	4 tenedores	Desayunos/Almuerzos Meriendas/Comidas internacionales	Av. Carlos Acosta, San Francisco de Borja	20 pax
Borja	Bar Cafetería Dulce Pecado	2 tenedores	Postre, pastelería, cafés, capuchinos, comida rápida	Barrio el paraíso, San Francisco de Borja	15 pax
Borja	Pizzería Eythan	2 tenedores	Variedad de pizzas, café y capuchinos	San Francisco de Borja	15 pax
Borja	Restaurant Sabor Costeño	3 tenedores	Desayunos, Almuerzos, meriendas y platos a la carta	San Francisco de Borja	15 pax

Realizado por: Salazar, B 2021

4.1.2.4 Establecimientos de alojamiento

En la parroquia de Sumaco no existe establecimientos de alojamiento por lo tanto se tomó en cuenta los establecimientos de la parroquia de Sanfrancisco de Borja.

Tabla 35-4: Establecimientos de alojamiento

PARRQUIA	NOMBRE	CATEGORÍA	SERVICIOS QUE OFERTA	DIRECCIÓN	CAP.
Sumaco	Cabañas 3 ríos	3 estrellas	Hospedaje con baño privado, Wi-fi, Tv cable, espacios verdes y parqueadero	Vía Sumaco y San Francisco de Borja	6 Pax
Borja	Hostal Luxor Plaza	4 estrellas	Hospedaje con baño privado, alimentación, servicio de odontología, parqueadero, bar cafetería, Tv cable, Wi-fi, gimnasio, sala de entrenamiento, servicio de transporte, desayuno gratuito.	Carlos Acosta y San Francisco de Borja	30 Pax
Borja	Hostal Gatita	2 estrellas	Hospedaje con baño privado, parqueadero privado, Wi-fi	Carlos Acosta y San Francisco de Borja	21 Pax
PARROQUIA	NOMBRE	CATEGORÍA	SERVICIOS QUE OFERTA	DIRECCIÓN	CAP.
Borja	Hostal Alexandra	2 estrellas	Hospedaje con baño privado, parqueadero privado, Wi-fi.	San Francisco de Borja	46 Pax
Borja	Hostal dulce sueños	3 estrellas	Hospedaje con baño privado, Tv cable, Wi-fi, Gyn	Av. Carlos Acosta y Montenegro-San Francisco de Borja	25 Pax

Realizado por: Salazar, B 2021

4.1.2.5 Transporte

Los moradores de la parroquia Sumaco no disponen del servicio de taxis, es por eso que requieren el servicio de compañía de la parroquia de San Francisco de Borja.

Tabla 36-4: Servicios de transporte

Cooperativa	Establecimiento	Ruta	Recorrido	Frecuencia
Cooperativa de taxis la Borjeñita	Parroquia de Borja	Cantón Quijos	Borja-Sumaco -Baeza-Chaco	Disponible las 24 horas
Cooperativa de transporte Quijos	Parroquia de Borja	Cantón Quijos-Chaco-Tena	Tena-Cosanga-Beaza-Borja-Cuyuja-Papallacta-Quito	Horario definido 05:00H am 06:30H am 13:00H pm 18-00H pm
Cooperativa de transporte Integración	Cantón Chaco	Chaco-Borja-Baeza	Chaco-Sumaco-Borja-Baeza	Disponible las 24 horas

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.3 Análisis de la competencia

4.1.3.1 Competencia

Se consideró la posible competencia a través de un análisis de productos turísticos de organizaciones privadas presenten similares servicios al proyecto propuesto, por lo tanto, se tomó en cuenta como competencia a nivel cantonal.

Tabla 37-4: Análisis de la competencia

PARROQUIA	NOMBRE	CATEGORÍA	SERVICIO QUE OFERTA	DIRECCIÓN	CLIENTES ANUALES		
					NACIONALES	INTERNACIONALES	TOTAL
Baeza	Casa del Rodrigo	Operadora	Tour de rafting, kayak	Calle Batallón Chimborazo N1 Jumandy, Baeza	874	1.684	
Baeza	Ecuador autentico	Operadora	Rafting, kayak, escuela de kayak, caminatas ecológicas y birdwatching	Av. Baeza los Quijos Manuel Ávila	691	982	
					1,565	2,666	4,231

Realizado por: Salazar, B 2022.

Una vez realizada la investigación de mercado determinamos que la competencia capta un total de 4.231 turistas distribuidas de la siguiente manera según los registros de llegada a los siguientes sitios.

Tabla 38-4: Distribución de la competencia

SEGMENTO	REGISTRO DE LLEGA
Turistas nacionales	1,565
Turistas internacionales	2,666
TOTAL	4,231

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.3.2 Proyección de la competencia

Para la proyección de la competencia y de la demanda se realizó para los 5 años.

Tabla 39-4: Proyección de la competencia

PROYECCIÓN DE LA COMPETENCIA				
N°	AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	COMPETENCIA TOTAL
0	2021	1,565	2,666	4,231
1	2022	1,628	2,773	4,400
2	2023	1,693	2,884	4,576
3	2024	1,760	2,999	4,759
4	2025	1,831	3,119	4,950
5	2026	1,904	3,244	5,148

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.3.3 Confrontación de la demanda – Competencia

Para la obtención de la demanda insatisfecha se lo resto la proyección de la demanda potencial y competencia.

Tabla 40-2: Calculo de la demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha = Demanda potencial – Competencia	
DI=	32,082-4,231
DI=	27,851

Realizado por: Salazar, B 2021

4.1.3.4 Proyección de la demanda insatisfecha

Tabla 41-4: Proyección de la demanda insatisfecha

N°	AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2021	32,082	4,231	27,851
1	2022	33,366	4,400	28,966
2	2023	34,700	4,576	30,124
3	2024	36,088	4,759	31,329
4	2025	37,532	4,950	32,582
5	2026	39,033	5,148	33,886

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.3.5 Demanda objetiva

Al confrontar la demanda potencial con la competencia se puede definir la demanda insatisfecha. Por lo que se prevé para el 2022 una demanda insatisfecha de 27.851 turistas sin embargo para la operación se captara únicamente el 13%. Por motivos del recesó de actividades turísticas a nivel mundial y por razones de cálculo para la operación del proyecto se consideró únicamente captar el 13% de los turistas.

4.1.3.6 Proyección de la demanda objetiva

Tabla 42-4: Demanda objetiva

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA OBJETIVA			
N°	AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA 13%
0	2021	27,851	3,621
1	2022	28,966	3,766
2	2023	30,124	3,916
3	2024	31,329	4,073
4	2025	32,582	4,236
5	2026	33,886	4,405

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.4 Plan mercadotécnico para el producto

4.1.4.1 Estrategias de promoción y comercialización

Para la estrategia de promoción y comercialización del producto se combinarán las 4C del marketing (consumidor, comunicación, costo y conveniencia).

4.1.4.2 Consumidor o cliente

Estrategia 1. Diseño de imagen del producto

Es importante tener un producto innovador y cautivador en el mercado, es por eso que a través del diseño (logotipo y slogan) que permita generar una conexión inmediata con el producto y por ende motive al consumidor hacer uso del mismo en repetidas ocasiones.



Ilustración 33-4: Logotipo del producto 2022
Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.4.3 Gama cromática

La gama cromática es la agrupación de varios colores, cuya función utilizar la diversidad de colores que no permitirá identificar el paisaje, aventura y encanto que tiene nuestro logotipo de la parroquia de Sumaco.

4.1.4.4 Descripción del logotipo

- **Azul:** El color azul representan la tranquilidad le frescura, inteligencia, honestidad, confianza, orden fidelidad y por ende amistad y simpatía (Sabater, 2019, p 18).
- **Verde claro:** Se asocia con la naturaleza, así como frescura, además, el verde refleja el color de la esperanza (Bazán, 2018, p 8).
- **Verde oscuro:** Afirma que es un color sereno y tranquilizador. Evoca la naturaleza, el permiso la tranquilidad y las seguridad (Hidalgo, 2018, p26).

- **Blanco:** El color blanco unos de los colores que representa la pureza, paz, felicidad, libertad que permite dejar atrás las emociones por lo cual es uno de los colores menos agresivos en cuanto a los otros (Okdiario, 2018, p 17).

4.1.4.5 Figuras

- **Rio:** Simboliza la fuerza de los habitantes de la parroquia, así mismo las aguas caudalosas del rio quijos para la práctica de los deportes extremos
- **Cascada:** Simboliza la riqueza y pureza de los hermosos paisajes que cuenta la parroquia rodeada de gente humilde y trabajadora.
- **Volcán Sumaco:** Simboliza la lealtad, firmeza de los paisajes que se encuentra rodeada de una maravillosa flora y fauna a las faldas del volcán.

4.1.4.6 Slogan

- **“Paisajes aventura y encanto”** Mismo con el que se identificara el producto turístico de la parroquia de Sumaco.

Estrategia 2: Exclusividad del producto

El producto turístico se ha diseñado en base al perfil del turista nacional e internacional, con el fin de que se sientan atraídos con las diferentes actividades ofertada en el paquete así mismo puedan convivir, compartir experiencias únicas con los habitantes de la parroquia así el producto.

- Disfrutar y aprovechar armónicamente los atractivos turísticos con los turistas nacionales y extranjeros
- Prestar un servicio de calidad hacia los turistas.
- Brindar una buena interpretación de los atractivos tanto naturales como culturales.
- Mostrar a la parroquia de Sumaco como un destino turístico nacional e internacional con una buena calidad de servicios de presentación hacia el turista.
- Hacerle vivir una experiencia única al turista en cada actividad que realice.

Estrategia 3: Evaluación permanente del proceso de operación del producto

- Con el fin de garantizar una buena calidad de servicios mediante la oferta del producto y mantener recomendaciones positivas y sugerencias por parte de los turistas nacionales e internacionales que visitan la parroquia que han hecho uso de los servicios propone lo siguiente:

Tabla 43-4: Evaluación del proceso de calificación

PROCESO DE OPERACIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN	RESPONSABLES
Guianza	Técnico de Guiar Manejo de grupo Dominio de interpretación Nivel de conocimientos	Hoja de evaluación para el visitante	Guía
Calidad de servicio	Satisfacción de los turistas al financiar el recorrido	Hoja de evaluación para el visitante	Coordinador Guía
Lugares de visita	Cordialidad Explicación clara y concisa	Fichas de evaluación del área	Guía Interpretador

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.4.7 Costo

Estrategia 1. Promoción y venta

Con la finalidad de que los turistas accedan a los diferentes atractivos turísticos se propone la creación de incentivos a través de:

- Promoción de precios grupo más de 15 packs gratis dos personas.
- Descuento del 15% de estudiantes tanto de escuelas, colegios y Universidad.

Tabla 44-4: Tarifas establecidas por el paquete

PAQUETE	PRECIO				INCLUYE
Adventure and culture	1 pax \$154	2 pax \$ 110	5 pax \$83	15 pax \$59	<ul style="list-style-type: none">• Transporte• Alquiler de botes de (Rafting y Kayak)• Alquiler de indumentaria para kayak y rafting

					<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno • Almuerzo • Box lunch • Cenas • Hospedaje
--	--	--	--	--	---

Realizado por: Salazar, B 2022.

Estrategia 2: Actualización de costos

Los precios visionados en los paquetes se actualizarán anualmente tomando en cuenta los costos de producción y promoción de la competencia

4.1.4.8 Plan de comercialización

El plan de comercialización de los paquetes se lo realizará de manera directa e indirecta. La directa del productor al consumidor y la indirecta se realizará lo que es la promoción y publicidad de los paquetes turísticos.

Tabla 45-4: Plan de comunicación

Objetivo: Brindar la información adecuada de los paquetes turísticos a ofertar a los turistas nacionales e internacionales			
Tipo de promoción	Detalle	Política de funcionamiento	Target
MEDIOS			
Página web	Diseño de la página web que contenga información de la parroquia, atractivos turísticos y los paquetes a oferta	-Actualización de la página web trimestralmente - contacto con el cliente a través de la página web - creación de un correo electrónico	
Cuenta de Facebook	Creación de la cuenta de Facebook	-Revisión diaria -Contacto con el cliente a través de la cuenta de Facebook	Turistas nacionales e internacionales
Spots radiales	Cuñas periódicas	-Anuncio publicitario explícito claro y conciso trimestralmente	Población nacional

PAPELERIA			
Tarjeta de presentación trípticos postales	Impresiones con su respectiva información en papel couche	-Distribución en instituciones públicas y privadas	Visitante que llega a la parroquia de Sumaco

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.4.9 Diseño de medios

- **Anunció por la radio**

Se contratará a la radio Silva 97.1 de la ciudad de Baeza para dar a conocer lo que se va a afectar mediante el diseño de un producto turístico para la parroquia de Sumaco con este pequeño anuncio.

Venga a visitarnos y conozco una de las parroquias más pequeñas del Ecuador rodeada de unos maravillosos paisajes cascadas, ríos donde podrá ser partícipes de diferentes deportes de aventura como: Kayak, rafting, camping, caminatas, fotografía, canyoning etc.

- **Página WEB**

El sitio WEB, permite fomentar la venta de los paquetes en idioma español e inglés, nos brinda más información como ofertas, dudas, descuentos y conocer más acerca de los servicios que posee el producto.



Ilustración 34-4: Diseño de la página Web 2022

Realizado por: Salazar, B 2022.

- **Red social Facebook**

Es la red más usada en el mundo mismo que permite crear vínculos que direcciona directamente a la página web, y a que permite una serie de funciones entre las más usual y realizar ventas online. Además, hace que los usuarios puedan vivir una experiencia digital única y la interacción dónde los usuarios puedan leer y conocer las opciones que fueron partícipes en adquirir el servicio.



Ilustración 35-4: Diseño de la red social Facebook 2022
Realizado por: Salazar, B 2022.

- **Tarjeta de presentación**



Ilustración 36-4: Diseño de la tarjeta de presentación 2022
Realizado por: Salazar, B 2022.

- **Tríptico**



Ilustración 37-4: Diseño de la tarjeta de presentación 2022
 Realizado por: Salazar, B 2022.

- **Postal**



Ilustración 38-4: Diseño de los postales 2022
 Realizado por: Salazar, B 2022.

4.1.5 Requerimiento para el área comercial

4.1.5.1 Talento humano

Tabla 46-4: Talento humano

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	RMU	APORTE PATRONAL	APORTE AL IECE	COSTO MENSUAL	COSTO AULA
Promotor de ventas	1	\$ 333,25	\$ 37,16	\$ 0,37	\$ 370,78	\$ 5,160
TOTAL						\$ 5,160

Realizado por Salazar, B 2022.

4.1.5.2 Activos fijos

Tabla 47-4: Activos fijos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Máquinas y equipos				\$ 318.00
Teléfono celular	1	Unidad	\$ 100.00	\$ 100.00
Calculadora	3	Unidad	\$ 25.00	\$ 75.00
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Flash Memory	3	Unidad	\$ 16.00	\$ 48.00
Reloj	1	Unidad	\$ 15.00	\$ 15.00
Dispensador de agua	1	Unidad	\$ 50.00	\$ 50.00
Equipo de computo				\$ 1.350
Impresora	1	Unidad	\$ 200.00	\$ 200.00
Laptop	1	Unidad	\$ 900.00	\$ 900.00
Proyector	1	Unidad	\$ 250.00	\$ 250.00
SUBTOTAL				\$ 1.668,00

Realizado por Salazar, B 2022.

4.1.5.3 Muebles y enseres

Tabla 48-4: Muebles y enseres

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Muebles y enseres				
Archivadores	3	Unidad	\$ 120,00	\$ 300,00
Sillas de oficina	3	Unidad	\$ 50,00	\$ 150,00
Escritorio	3	Unidad	\$ 150,00	\$ 450 ,00
Mueble mostrador	2	Unidad	\$ 150,00	\$ 300,00
Cuadro	3	Unidad	\$ 12,00	\$ 39,00
Plantas	2	Unidad	\$ 8,00	\$ 16,00
SUBTOTAL				\$ 1,255.00

Realizado por Salazar, B 2022.

4.1.5.4 Materiales e insumos

Tabla 49-4: Materiales e insumos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Esferos	12	Caja	\$4,00	\$ 48,00
Marcadores	12	Caja	\$5,00	\$ 60,00
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Lápiz	12	Caja	\$3,00	\$ 36,00
Carpetas	100	Unidad	\$0,75	\$ 75,00
Tablero	10	Unidad	\$1,5	\$ 15,00
Clips	12	Caja	\$2,00	\$ 24,00
Corrector liquido	5	Caja	\$6,00	\$ 30,00
Tinta para impresora	8	Unidad	\$15,00	\$ 120,00
Sello	3	Unidad	\$8,00	\$ 24,00
Getafe	100	Unidad	\$0,50	\$ 50,00
Bloc de notas	12	Unidad	\$1,5	\$ 18,5

Papel bond	12	Resmas	\$4,00	\$ 48,00
Regla	10	Unidad	\$0,5	\$ 5,00
Tijera	5	Unidad	\$0,5	\$ 2,50
Estilete	5	Unidad	\$1,5	\$7,50
Grapas	5	Caja	\$2,00	\$ 10,00
SUBTOTAL				\$ 462,00

Realizado por Salazar, B 2022.

4.1.5.5 Inversión en activos diferidos

Tabla 50-4: Inversión en activos diferidos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Capacitador	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Publicidad (Antes del funcionamiento)			
Stop Radiales	30	\$ 2.00	\$ 600.00
Diseño e impreso de material publicitario			
Tarjetas de presentación	1000	\$ 0,25	\$ 250.00
Trípticos	1000	\$ 1,00	\$ 100.00
Postales	1000	\$ 0,50	\$ 500.00
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Publicidad vía internet			
Diseño de la página web	1 (año)	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Diseño de la red social (Facebook)	1(año)	-	-
SUBTOTAL			\$ 3,850,00

Realizado por Salazar, B 2022.

4.1.5.6 Gastos promoción y publicidad

Tabla 51-4: Gasto promoción y publicidad

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO UNITARIO	GASTO TOTAL
Tarjetas de presentación	1000	\$ 0,25	\$ 250,00
Trípticos	1000	\$ 1,00	\$ 1000,00
Postales	1000	\$ 0,50	\$ 500,00
Mantenimiento de la página web	12	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 2,350.00

Realizado por Salazar, B 2022.

4.2 VIANILIDAD TÉCNICA PRODUCTIVA

4.2.1 Tamaño del proyecto

4.2.1.1 Demanda objetiva por clientes

Tabla 52-4: Demanda objetiva de clientes nacionales

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	D INSATISFECHA	D. OBJETIVA 13%
0	24829	1565	23264	3024
2022	25823	1628	24195	3145
2023	26856	1693	25163	3271
AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	D INSATISFECHA	D. OBJETIVA 13%
2024	27930	1760	26169	3402
2025	29047	1831	27216	3538
2026	30209	1904	28305	3680

Realizado por Salazar, B 2022.

Tabla 53-4: Demanda objetiva de clientes internacionales

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	COMPETENCIA	D INSATISFECHA	D. OBJETIVA 13%
0	7253	2666	4587	596
2022	7543	2773	4770	620
2023	7845	2884	4961	645
2024	8159	2999	5160	671
2025	8485	3119	5366	698
2026	8824	3244	5581	726

Realizado por Salazar, B 2022.

4.2.1.2 Demanda objetiva por actividades

4.2.1.2.1 Demanda objetiva de turistas nacionales por actividades

Tabla 54-4: Demanda objetiva de turistas nacionales por actividades

ÍNDICE										
N°	Año	Demanda objetiva	Rafting 39%	Trekking 14%	Fotografía 4%	Turismo cultural 3%	Camping 11%	Kayak 20%	Agroturismo 4%	Turismo comunitario 5%
0	2021	3024	1180	423	121	91	333	605	121	151
1	2022	3145	1227	440	126	94	346	629	126	157
2	2023	3271	1276	458	131	98	360	654	131	164
3	2024	3402	1327	476	136	102	374	680	136	170
4	2025	3538	1380	495	142	106	389	708	142	177
5	2026	3680	1435	515	147	110	405	736	147	184

Realizado por Salazar, B 2022.

4.2.1.2.2 Demanda objetiva de turistas extranjeros por actividades

Tabla 55-4: Demanda objetiva de turistas internacionales por actividades

ÍNDICE										
N°	Año	Demanda objetiva	Rafting 37%	Trekking 9%	Fotografía 3%	Turismo cultural 2%	Camping 7%	Kayak 33%	Agroturismo 7%	Turismo comunitario 2%
0	2021	596	221	54	18	12	42	197	42	12
1	2022	620	229	56	19	12	43	205	43	12
2	2023	645	239	58	19	13	45	213	45	13
3	2024	671	248	60	21	13	47	221	47	13
4	2025	698	258	63	21	14	49	230	49	14
5	2026	726	268	65	22	15	51	239	51	15

Realizado por Salazar, B 2022.

4.2.2 Localización del proyecto

4.2.2.1 Macro localización

La ejecución del proyecto técnico diseñó un producto turístico se lo realizó en la parroquia de Sumaco, cantón Quijos provincia de Napo.



Ilustración 39-4: Localización 2022
Realizado por: Boris Salazar 2022.

4.2.3 Diseño del producto

4.2.3.1 Concepto de la ruta

Suma copa de los parques más pequeños del Ecuador ubicada en el cantón quijos provincia de Napo, cuenta con una belleza paisajística con atractivos turísticos tanto naturales como culturales donde se puede realizar diferentes actividades turísticas; caminatas, fotografía, visita a las casadas, rafting, kayak entre otras actividades.

4.2.3.2 Objetivo de la ruta

Mediante el diseño del producto turístico en la parroquia, fomentar el desarrollo de la actividad turística promoviendo la visita de los turistas nacionales e internacionales a los lugares turísticos de la zona.

4.2.3.3 Actividades

El producto turístico para la parroquia Sumaco interacciona con diferentes actividades turísticas con cada una de los atractivos ofreciendo experiencias nuevas, considerando las actividades de acuerdo al perfil del turista nacional e internacional.

Tabla 56-4: Actividades principales y complementarias

ACTIVIDADES PRINCIPALES	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS
Rafting	Fotografía turística
Visita a la iglesia de Sumaco y a la gruta de la virgen de Guadalupe	Observación de flora y fauna
Visita hacia las cascadas	Degustación de la comida típica

Realizado por Salazar, B 2022.

4.2.3.4 Requerimiento de la ruta

- Realizar programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos.
- Programa de capacitación para guías locales.
- Mejoramiento de los senderos hacia los atractivos.
- Gestionar proyectos turísticos tanto naturales como culturales.

4.2.3.5 Diseño del paquete turístico

- Cálculo del precio por pax.

El cálculo del precio del paquete N°1 “Adventure and Culture” se desglosa de la siguiente manera.

Paquete N°1. Aventure and Culture

Tabla 57-4: Calculo del precio por pax.

COSTO GENERALES	CANT	PRECIO UNITARIO		RANGO PAX		
		1	2	5	10	15
Transporte por dos días	1	5	5	8	10	10
Guía por dos días	1	7	10	8	4	2
TOTAL C.G.		12	15	16	14	12
COSTO INDIVIDUAL						
Desayuno	2	3	3	3	3	3
Box Lunch	2	2	2	1,5	1,5	1,5
Almuerzo	2	3	3	3	3	3
Rafting	1	13	12	12	10	10
Kayak	1	10	12	10	8	6
Cena	1	3	3	3	3	3
hospedaje	1	8	8	8	7	5
Entrada /hacienda agropecuaria	1	1	2	1	1	1
TOTAL C. IDIVIDUAL		42	41	40	36,5	32,5
C.T POR PERSONA						
T.C GENERALES		12	15	14	14	12
T.C INDIVIDUALES		42	41	40	36,5	32,5
TOTAL, DE COSTOS		54	56	54	50,5	44,5
Gasto administrativo (10%)		9,2	5,6	5,4	5,05	4,45
Gasto de venta (10%)		5,4	5,6	5,4	5,05	4,45
PRECIO NETO		68,6	67,2	64,8	60,6	53,4
Unidad 10%		6,86	6,72	6,48	6,06	5,34
SUB TOTAL		75,46	73,92	71,28	66,66	58,74
PRECIO DE VENTA FINAL		\$ 75	\$ 74	\$ 71	\$ 67	\$ 59

Realizado por Salazar, B 2022.

- Mapa temático del recorrido día.

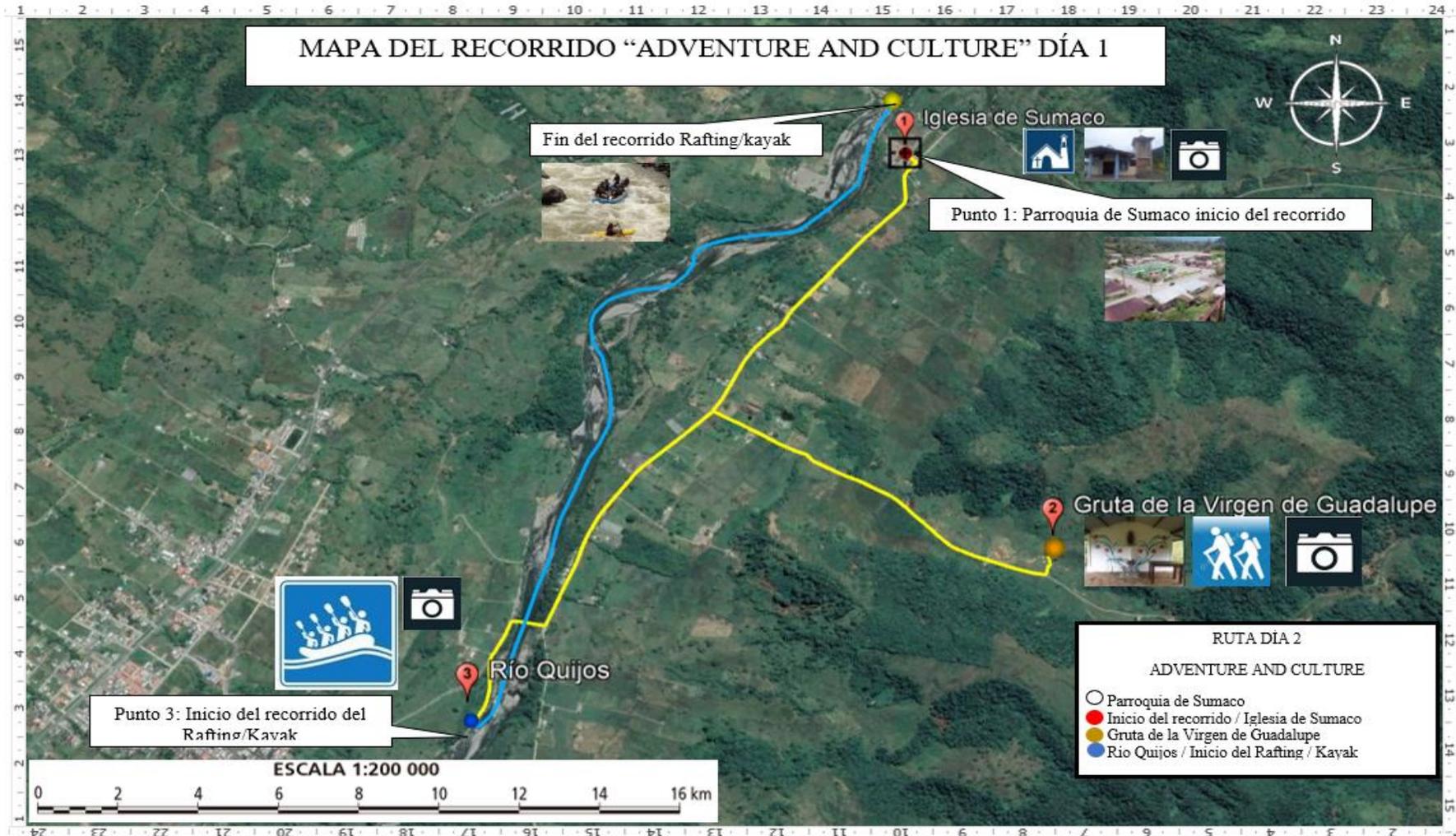


Ilustración 40-4: Mapa temático del recorrido
Realizado por: Salazar, B 2022

- Mapa temático del corrido día 2.



Ilustración 41-4: Mapa temático del recorrido
Realizado por: Salazar, B 2022

Paquete N°1 Aventure and Culture

Tabla 58-4: Calculo del precio por pax

Denominación Adventure and Culture			
Código:	C001		
Modalidad:	Adventure and Culture		
Dificultad:	Alto y bajo		
Duración: 1 Día	Tiempo de las actividades: 08h00am: 20h00pm		
Recorrido:	La gruta de la virgen de Guadalupe – Iglesia de Sumaco y Rio Quijos		
DÍA 1			
ITINERARIO			
HORA	ACTIVIDADES		
07h30am	Arribo a la parroquia de Sumaco		
07h45am	Bienvenida e información por parte de guía		
08h00am	Desayuno		
09h00am	Inicio del recorrido Visita a la iglesia de Sumaco Recorrido por la Iglesia Interpretación histórica cultural		
09h30am	Salida con la iglesia con dirección hacia la gruta de la virgen de Guadalupe		
10h30am	Llegada hacia la gruta de la virgen Interpretación cultural Charla técnica		
11h00am	Box Lunch		
11h30am	Salida de la gruta de la virgen hacia la hacienda la Pradera		
12h10pm	Almuerzo en la hacienda la Pradera		
13h00pm	Retorna hacia la parroquia de Sumaco		

13h30pm	Llegada hacia la parroquia y descanso
14h00pm	Salida en el vehículo hacia el puente del río Borja
14h10pm	Arribo al punto de salida del río Preparación de los botes de Rafting y Kayak
15h00pm	Inicio de la actividad de Rafting y Kayak Charla técnica de orientación, seguridad y comandos en el río Colocación del implemento de seguridad
15h15pm	Empieza el Rafting y Kayak
16h30pm	Fin del Rafting y Kayak Arribo a la parroquia Descanso
19h00pm	Cena
DÍA 2	
08h30am	Desayuno
09h30am	Indicaciones por parte del guía
10h00am	Inicio del recorrido hacia la cascada de Pakayaku Observación de la flora y fauna Interpretación del lugar Fotografía
10h30am	Box lunch
11h00am	Salida d la cascada Pakayaku en carro hacia la hacienda la Pradera
11h20am	Recorrido por la haciendo Interpretación / Historia de la hacienda
12h00am	Almuerza
13h00pm	Salida hacia la cascada Pakayaku Observación de la flora y fauna Interpretación del lugar Fotografía
14h45pm	Llegada a la cascada Observación de la flora y fauna Interpretación del lugar

	Fotografía
15h0025pm	Salida en carro hacia la cascada Gran Bretaña
16h00pm	Observación de la flora y fauna Interpretación del lugar Fotografía

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

En la mañana se recibirá a los turistas en la parroquia de Sumaco con un cordial saludo de bienvenida, seguidamente de un rico desayuno, posterior a ello se iniciará con el recorrido hacia

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

la gruta de la Virgen de Guadalupe que queda a 25 minutos desde la parroquia, se les dará una interpretación histórica, luego se les trasladara hacia la hacienda la Pradera donde van a deleitar de un almuerzo típico de la zona, retorno a la parroquia, visita a la iglesia de Sumaco terminando con el recorrido se tomaran un descanso de 3 horas para luego retornara con la actividades donde van hacer partícipes en los juegos populares y en la danza al culminar se irán a descansar para continuar con las actividades del día 2. el desayuno va ser a las 08h30, partimos desde la parroquia por medio de transporte hacia el puente del río Borja, arribamos al punto de salida, recibirán una charla técnica Charla técnica de orientación, seguridad y comandos en el río, se les dará los implementos de seguridad, casco, chaleco, silbato, remo ya que estén todos listos empezará la travesía el recorrido durará 45 minutos, al culminar la travesía se les retornará hacia la parroquia.

Incluye

Hospedaje

Transporte

Desayuno, almuerzo, cena y box lunch

No incluye

Comidas y bebidas extras

Propinas

Costo del paquete

Paquete turístico: \$ 75

Realizado por: Salazar,B 2022.

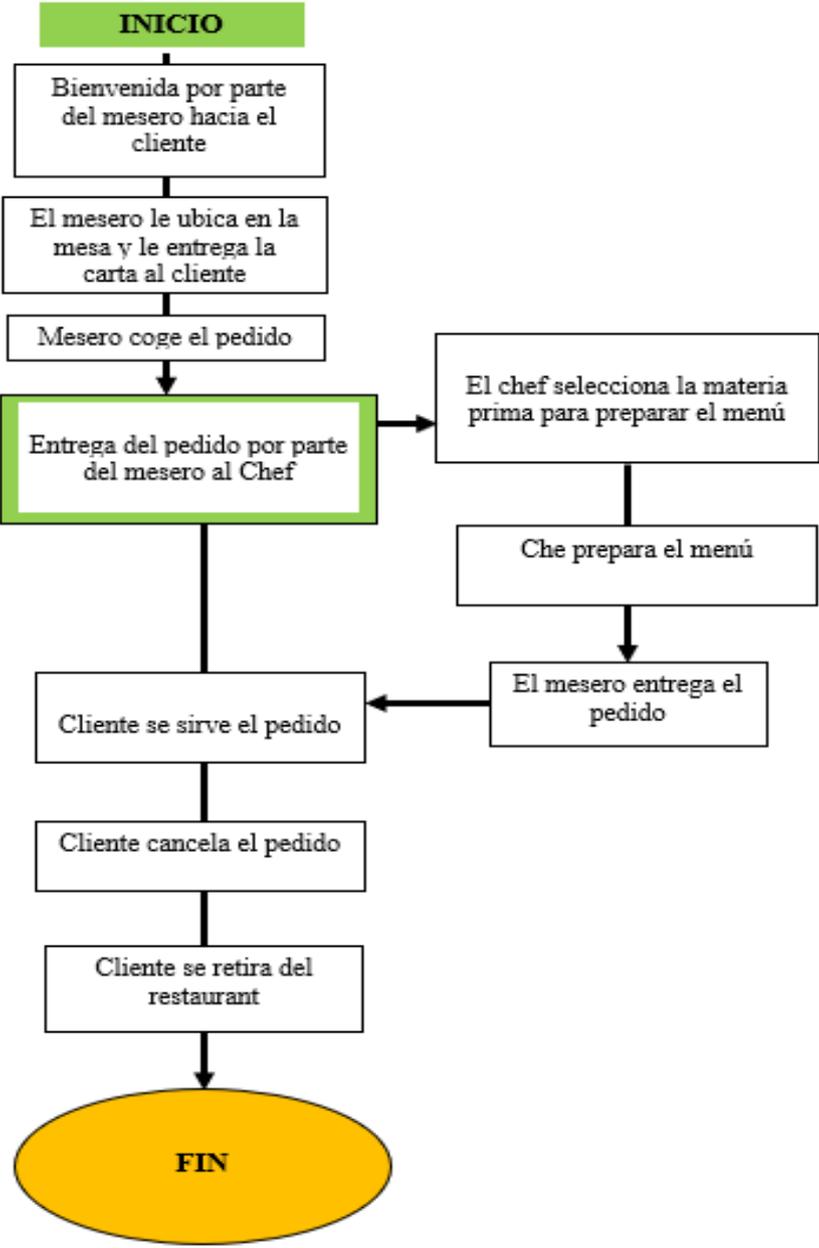


Ilustración 42-4: Flujograma de procesos de servicio de alimentación
Realizado por Salazar, B 2022

- Flujo grama de guianza

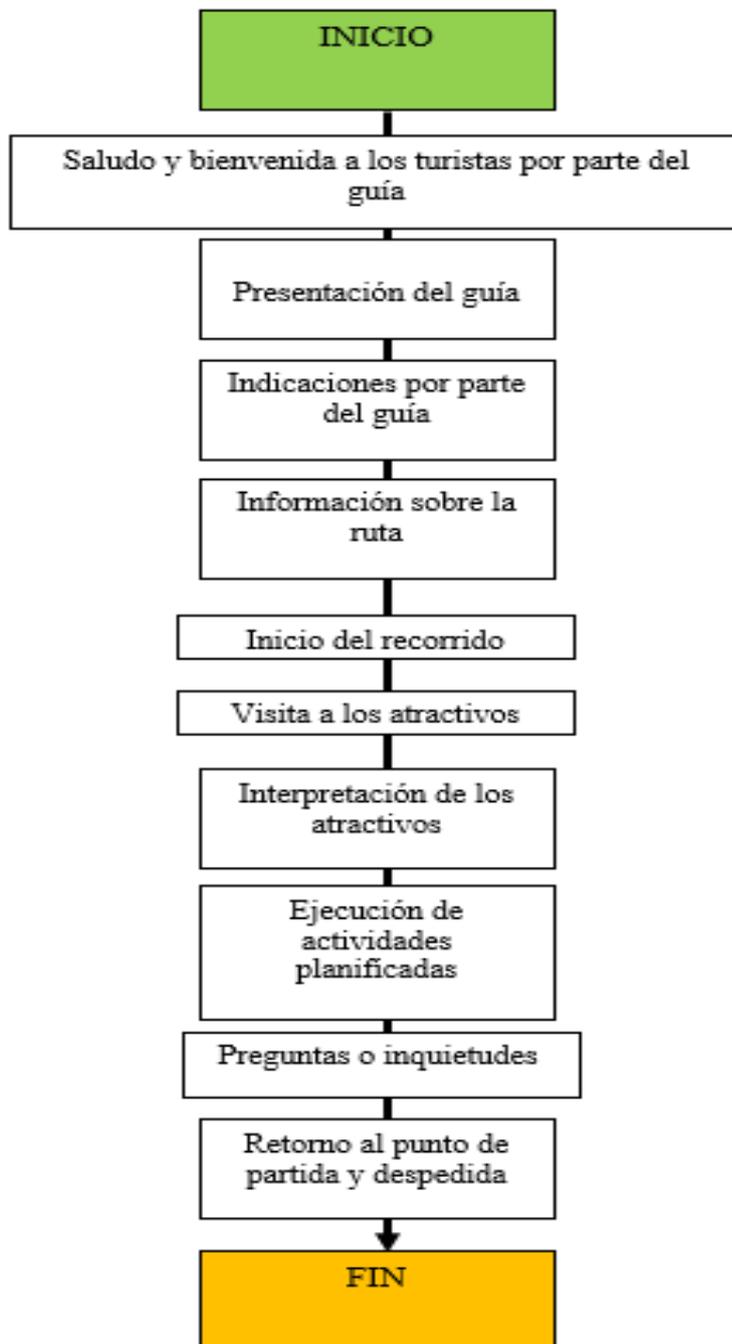


Ilustración 43-4: Flujograma de guianza
Realizado por: Salazar, B 2022.

4.2.4 Requerimiento para el área productiva

4.2.4.1 Talento humano

- Mano de obra directa

Tabla 59-4: Mano de obra directa

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	RMU	APORTE PATRONAL	APORTE AL IECE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Guías especializados	2	\$673,40	\$ 75,08	\$ 0,70	\$749,23	\$20,160.00
TOTAL						\$20,160.00

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.2.4.1.1 Materiales e insumos

Tabla 60-4: Materiales e insumos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTO ANUAL
Desayunos	3621	\$ 1,50	\$ 5.432
Almuerzo	3621	\$ 2,00	\$ 7.242
Meriendas	3621	\$ 2,00	\$ 7.242
Box lunch	3621	\$ 1,00	\$ 3.621
Transporte	360	\$ 10,00	\$ 3.600
Hospedaje	3621	\$ 7,00	\$ 25.347
SUBTOTAL			\$ 52,484

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.2.4.1.2 *Inversiones en activos fijos*

Tabla 61-4: Inversiones en activos fijos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
Equipos para rafting, kayak			
Casco de seguridad	17	\$ 110,00	\$ 187,00
Chaleco	17	\$ 90,00	\$ 1,530,00
Bote para Rafting	2	\$ 500,00	\$ 1,000,00
Cuerda de tiro / Rescate	3	\$ 100	\$ 300,00
Remos para Kayak	6	\$ 80,00	\$ 480,00
Casco de Kayak	15	\$ 75,00	\$ 1,125,00
Kayak	4	\$ 1,200,00	\$ 4,800,00
Botas de caucho	17	\$ 15,00	\$ 255,00
Silbato	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Zapatilla venus	17	\$ 10	\$ 170
Encauchado	5	\$ 50,00	\$ 250,00
SUBTOTAL			\$ 14,740,00

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.2.4.1.3 *Inversiones de activos diferidos*

Tabla 64-4: Inversiones de activos diferidos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
Adecuaciones de bodega (m2)	50 m2	\$ 70	\$ 3,500
SUBTOTAL			\$ 3,500

Realizado por: Salazar, B 2021

4.3 VIABILIDAD SOCIA AMBIENTAL

Para realizar el estudio socio ambiental se utilizó la matriz de Lázaro Lagos.

4.3.1 Línea base

4.3.1.1 Análisis ambiental para el diseño y la ejecución del producto turístico

Toda la actividad crea un impacto negativo y positivo, es decir el presente proyecto al diseñar y crear senderos y señalética turística para el sector Sumaco, el presente proyecto tiene como finalidad optimizar las actividades turísticas, sin embargo, es susceptible a los siguientes impactos en el medio ambiental.

- Fase de construcción

Tomando en cuenta todos los requerimientos necesarios para el diseño del producto turístico de la parroquia Sumaco, se considera que ellas actividades que producen cierto grado de impacto, se detalla a continuación:

Implementación de señalética: en base a su implementación de la señalética informativa, es necesario e importante remover parte del suelo y la vegetación a pesar de toda la remodelación de letrero, se considera un impacto mínimo, ya que se toma en cuenta que los materiales son propios de la zona siendo amigables con el medio ambiente, favoreciendo el desplazamiento de los turistas de manera rápida, cómoda y segura.

Camping: al realizar el camping en la zona puede llegar a producir un impacto negativo, por la cantidad de turistas y el ruido originado, impactara a la fauna dando como resultado el abandono de la zona, pero sin embargo provocara el fortalecimiento de la identidad y el intercambio cultural del turista y el ambiente.

4.3.1.2 Factores ambientales que provocan daño con la operación del producto

- Aire

El aire es uno de los factores que se puede contaminar con facilidad por la falta de un sistema de manejo de los desechos orgánicos e inorgánicos, también por el mal manejo de productos químicos en los cultivos que afectan a la calidad de ambiente y a los habitantes.

- Suelo

El, suelo elemento que, afectado con la deforestación, sobrepastoreo, expansión de la frontera agrícola, mono cultivo y por el inadecuado manejo de las maquinarias, uso limitado de pesticidas, fertilizantes químicos en los cultivos, realización de trekking, caminatas, ciclismo durante la operación conlleva a la erosión del suelo.

- Agua

El agua un elemento que suele ser contaminado por causa de las aguas hervidas, desechos orgánicos e inorgánicos que son arrojados hacia los ríos, elementos químicos como el pesticida, fungicidas que son utilizados por los habitantes en la agricultura y ganadería. Durante la operación del producto por medio de las actividades como las caminatas, el rafting y el kayak sobre el río quijos puede ocasionar contaminación por la basura y químicos arrojados por los turistas.

- Flora y fauna

La parroquia de Sumaco cuenta con biodiversidad muy variada ya que posee maravillosos recursos, que por el momento están siendo mal utilizados por el debido avance de la frontera agrícola por lo que implica la destrucción de la biodiversidad y la emigración de las especies nativas del lugar, y por aquellas actividades que se realizan durante la operación turística, las actividades atróficas como el ruido de los turistas, las fotografías con las flash, la atracción de las especies de su habitat.

Por eso es importante incentivar a la comunidad y a los turistas al cuidado y protección de la biodiversidad del lugar.

- Socio-económico

La parroquia cuenta con un potencial turístico tanto en lo natural y cultural por ese motivo se ha considerado que el producto turístico sea parte del fortalecimiento económico y social, generando empleos, haciendo el buen uso adecuado de los atractivos ya que los principales actores del producto serán de los moradores de la zona.

- Paisaje

Uno de los elementos importantes para el desarrollo turístico es el interés que despierta a visitar, cualquier parte del mundo, siempre y cuando se encuentre conservado ya que cuenta con una belleza paisajística. Permitiéndole al turista conocer y disfrutar de los atractivos.

A continuación, se detalla la matriz de impacto ambiental relacionado a los componentes y factores ambientales con cada actividad propia del producto, identificando los posibles impactos positivos y negativos.

Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales de la operación del producto.

Tabla 62-4: Matriz de lázaro lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										CRITERIOS DE EVALUACIÓN										
	Visita a la iglesia de Sumaco	Visita a la gruta de la virgen de Guadalupe	Camping	Senderismo	Fotografía	Visita a las cascadas	Rafting	Kayak	Convivencia	Visita a la hacienda la pradera	IMPACTOS	Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipos	Reversibilidad	Duración	Tiempo en aparecer	Considerado en el proyecto	Ponderación
AIRE			x	x			X	x			-Emisión de ruido	(-)	2	2	D	Sc	1	1	C	N	6
						x			x		-Emisión de gases contaminantes	(-)	2	2	D	Pr	1	1	M	N	6
SUELO			x	x							-Alteración de la cobertura vegetal	(-)	2	2	D	Sc	2	1	M	S	7
			x	x		x			x		- Compactación	(-)	2	2	D	Pr	2	2	M	S	8
			x	x		x			x		-Contaminación por desechos inorgánicos	(-)	2	2	D	Pr	1	2	M	S	7
AGUA			x				x	x	x		-Alteración de la calidad de agua	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	S	6
							x	x			-Presentación de sólidos en suspensión	(+)	1	2	C	Sc	2	1	C	S	6
FLORA Y FAUNA			x	x							-Extracción de plantas nativas	(-)	2	2	D	Pr	2	1	C	S	7
			x	x							-Modificación del habitat de las especies	(+)	2	2	D	Pr	1	3	C	N	8

			x	x	x	x								-Migración de la fauna	(-)	2	2	C	Pr	2	3	M	S	9
			x											-Recolección de especie de flora	(+)	1	2	C	Pr	1	1	C	S	5
												x		-Protección a especie de flora y fauna	(+)	2	2	D	Sc	2	3	M	S	9
SOCIO-ECONOMIC O						x	x	x	x					-Aumento de turistas en la parroquia durante el año	(+)	3	2	D	Pr	1	2	C	S	8
	x	x										x		-Generación de empleo	(+)	1	2	D	Pr	2	2	C	S	7
	x	x	x			x	x	x						-Ingresos económicos	(+)	3	2	D	Pr	2	2	M	S	9
											x	x		- Intercambio cultural	(+)	2	2	D	Pr	2	2	M	S	8
PAISAJE	x	x		x	x							x		- Satisfacción de los turistas	(+)	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
				x			x							- Alteración del paisaje	(-)	2	2	C	Pr	2	3	M	S	9

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.3.2 Matriz de cuantificación

Tabla 63-4: Matriz de cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES										TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	Visita a la iglesia de Sumaco	Visita a la gruta de la virgen de Guadalupe	Camping	Senderismo	Fotografía	Visita a las cascadas	Rafting	Kayak	Convivencia	Visita a la hacienda la pradera			
A. AIRE			-6-6	-6			-6	-6	-6		-----	30	30
B. SUELO			-7-8-7	-7-8-7		-8				-8-7	-----	67	67
C. AGUA			-6				-6+6	-6+6	-6		12	24	36
D. D. FLORA Y FAUNA			-7+8-9+5	-7+8-9	-9	-7			+9		30	48	78
E. SOCIO ECONÓMICO	+7+9	+7+9	+9			+8+9	+8+9	+8+9	+8+8	+7+8	123	-----	123
F. PAISAJE	+9	+9	-9	+9	+9	-9			+9		45	18	63
TOTAL (+)	25	25	22	17	9	17	23	23	34	15	21	-----	
TOTAL (-)	----- -	-----	65	44	9	24	6	12	12	15	-----	187	
TOTAL	25	25	87	61	18	41	29	35	46	30			397

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.3.3 Interpretación de la matriz de Lázaro Lagos

Una vez realizado la matriz de evolución de Lázaro Lagos el diseño de producto turístico de la parroquia Sumaco, ha permitido arrojar los siguientes resultados de acuerdos de actividades que se van a realizar y respecto a los componentes ambientales.

Ya evaluado los posibles impactos de acuerdo a las actividades que se van a realizar en este proyecto se puede determinar que, misma que ha alcanzado un total de 397 puntos, dando 210 puntos en los impactos positivos 187 puntos en los impactos negativos.

El componente que logró mayor puntaje positivo fue socio-económico con 123 puntos debido a que este proyecto se va a generar fuentes de trabajo, convivencia con la cultura y logrando crecer el turismo en la parroquia.

El incremento del turismo en la zona ayudara no solo a los involucrados, todos aquellos individuos que brinden servicios complementarios al mismo, sin embargo, eso también puede causar dificultades en el intercambio cultural es por ello que el encuentro entre el turista y los pobladores locales debe existir el respeto con cada una de las culturas. Con esto tendríamos una experiencia positiva.

En cuanto a los aspectos negativos, con 67 puntos fue afectado el componente del suelo, por las respectivas caminatas a realizarse las actividades mencionadas.

4.3.4 Medidas de mitigación

Tabla 64-4: Medidas de mitigación

COMPONENTES	IMPACTOS	MEDIDAS	FRECUENCIA	RESPONSABLES	COSTOS
AIRE	Emisión de ruido	-Controlar que no ingresen al recorrido con equipos que produzcan ruido como: Silbatos, parlantes portátiles. -Realizar charlas de educación ambiental a si los turistas. - Colocación de letreros con indicaciones cuyo mensaje sea la concientización ambiental cuyo fin oriente a la población y a los turistas sobre las buenas prácticas ambientales.	En cada actividad a realizarse Anualmente	Coordinadores de la guianza GAD cantonal y parroquial	\$ 400
	Emisión de gases contaminantes	-Realizar charlas de educación ambiental antes de cada salida con los turistas para concientizar a la no contaminación del aire. -Implementación letreros para evitar la contaminación del aire, prohibido fumar y prohibido la quema de los recursos naturales.	En cada actividad a realizarse Anualmente	Coordinadores de la guianza GAD cantonal y parroquial	\$ 400
SUELO	Alteración de cobertura vegetal	-Ejecución de programas de reforestación con plantas nativas de zona en lugares que han sido afectadas.	Anualmente	GAD cantonal y parroquial	\$ 800

COMPONENTES	IMPACTOS	MEDIDAS	FRECUENCIA	RESPONSABLE	COSTOS
	Compactación	-Realizar charlas de capacitación sobre el buen manejo de maquinarias y el uso de pesticidas y fertilizantes químicos en los cultivos. - Adecuación de los senderos con materiales de la misma zona amigables al medio ambiente.	Anualmente	GAD Parroquial, personas capacitadas sobre el tema. GAD cantonal y parroquial, personal capacitado	\$ 1,000
	Contaminación por desechos solidos	-Colocación de recolectores de basura con el fin que se pueda clasificar y al mismo tiempo reciclar.	Anualmente		\$ 800
AGUA	Alteración de la calidad de agua	-Brindar charlas técnicas de normas de conducta a los turistas durante los recorridos por las cascadas el rio, considerando el respeto a si la naturaleza. - Entregar una bolsa reutilizable a cada turista para que puedan guardar los desechos durante la actividad turística y así evitar la contaminación del agua.	En cada actividad a realizarse	Personal capacitado Guía del recorrido	\$ 500
			Encada actividad a realizarse	Guía del recorrido	
	Recolección de especie de flora	-Charla con los turistas que no se puede extraer especies nativas durante el recorrido.	En cada actividad a realizarse	Personal capacitado Guía del recorrido	

FLORA Y FAUNA	Protección a especie de fauna	-Explicar a los turistas que no hay que molestar y evitar el contacto físico con los animales que se observa en la zona durante el recorrido.	En cada recorrido al realizarse		\$ 1,000
SOCIO - ECONÓMICO	-Aumento de turistas en la parroquia durante el año -Generación de empleo -Ingresos económicos - Intercambio cultural	-Realizar taller de concientización a la población sobre la importancia de las especies de flora y fauna. -Realizar un encuentro de actividades culturales -Promocionar a los visitantes y sobre la importancia de las actividades de turismo. -Invitar a la comunidad a realizar juegos deportivos realizando turismo sostenible.	Anualmente	GAD Cantonal y parroquial GAD Cantonal y parroquial, Promoción y publicidad Materiales e información necesaria Volantes	\$ 2,000
PAISAJE	- Satisfacción de los turistas - Alteración del paisaje	-Mantenimiento y adecuación de áreas verdes		Guías nativos y especializados Señalética	\$ 800
TOTAL					\$ 8,200

Realizado por: Salazar, B 2022.

Requerimientos para las medidas de mitigación.

4.3.4.1 Materiales e insumos

Tabla 65-4: Materiales e insumos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	GASTO ANUAL
Letreros	10	\$ 80	\$ 800
Recolectores de basura	20	\$ 25	\$ 500
Plantas	1600	\$ 0,50	\$ 800
Bolsas reutilizables	500	\$1	\$ 500
TOTAL			\$ 2.600

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.3.4.2 Activos diferidos

Tabla 66-4: Activos diferidos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	INVERSIÓN
Adecuación de senderos	1	\$ 800	\$ 800
Adecuación de áreas verdes	1	\$ 800	\$ 800
Encuentro cultural y deportivo	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Capacitación	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Taller de concientización	1	\$ 1.000	\$ 1.000
TOTAL			\$ 5.600

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.4 Viabilidad administrativa legal

Para la realización del estudio administrativo legal se revisó fuentes secundarias

4.4.1 *Estudio legal*

4.4.1.1 Marco constitucional

Según la Asamblea Constituyente del Ecuador (2008), en el Art. 283 se menciona que el sistema económico puede integrarse en diferentes formas de organización como: pública, privada, mixta, popular y solidaria, además el Art. 319, reconoce las diversas formas de organización, como las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas, en las que el Estado alentará que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

También el Art. 321 señala que el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

4.4.1.2 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria para asociaciones, Sección 2 en sus artículos: 18, 19, 20: Define a las asociaciones como formas de organización constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objetivo de producir, comercializar bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios además de auto abastecerse de materia prima, insumos o equipos, etc. y comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada; en cuanto a la forma de gobierno y administración menciona que se establecerá un órgano de gobierno, u órgano directivo, de control y administrador que tendrá la representación legal además acerca del capital social que estará constituido por cuotas establecidas para la admisión de los socios con carácter de no reembolsables y en el caso de que existan bienes inmuebles que se hayan obtenido mediante donación estos no podrán ser repartidos en caso de disolución.

4.4.1.3 Ley de Turismo

El Art. 8 de la Ley de Turismo indica que para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite la idoneidad del

servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas de calidad vigentes. Además, el Art. 12 señala que las organizaciones capacitadas que 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 ésta ley y a los reglamentos respectivos (MINTUR, 2014).

4.4.1.4 Análisis del tipo de empresa a crearse según la Ley de Economía Popular y Solidaria.

Tabla 67-4: Ventajas y desventajas de las formas de asociación

TIPO	ART	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Comunitario	Art. 15 16 17	-El tipo de organización está vinculada por relaciones de territorio. -Permite un relación de trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria. -Auto gestionada	-Requiere un fondo social para el cumplimiento de sus objetivos. -Se requiere del aporte de los miembros en trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno.
Asociativo	Art. 18 19 20	-Está constituido por un conjunto de personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias. -Su estructura Interna: permite una forma de gobierno y administración correcta la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; uno de control interno y un administrador. Todos son elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.	-Requerimiento de capital social: el capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.

Cooperativo	Art. 21 22 23 31	<p>-Grupo de personas que se unen en forma voluntaria para satisfacer necesidades económicas, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica.</p> <p>-El gerente es el representante legal, judicial y extrajudicial de la cooperativa, siendo de libre designación y remoción.</p>	<p>-El objeto social principal de las cooperativas, será concreto y constará en su estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica.</p> <p>-En los segmentos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito determinados por la Superintendencia, será requisito la calificación de su Gerente por parte de esta última.</p> <p>-Existe un reembolso de haberes: los socios que hayan dejado de tener esa calidad y los herederos, tendrán derecho al reembolso de sus haberes, previa liquidación de los mismos, en la que se incluirán las aportaciones para el capital, los ahorros de cualquier naturaleza.</p>
Unidades Económicas Populares	Art 73 75	<p>-Facilita los emprendimientos unipersonales, y domésticos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala.</p> <p>Fomenta la asociación y la solidaridad.</p>	<p>-Se puede disolver por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades personales a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes.</p>

Realizado por: Salazar, B 2021

4.4.1.5 Creación de una asociación turística

Una vez realizada el análisis de las respectivas leyes y determinado las ventajas y desventajas de cada una de las formas de asociación y con el objetivo de producir, comercializar bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abasteciéndose de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, se ha determinado que, para identificar el tipo de razón social para la operación se conforme una asociación “Asociación Turística Sumaco”

como se ampara en la LOEPS dentro del sector asociativo como la más conveniente y apropiada para la administración y direccionamiento del presente proyecto en la parroquia.

4.4.1.6 *Requerimiento para la creación*

Según la ley de economía Popular y Solidaria, se presentarán los siguientes documentos:

- Solicitud de constitución.
- Acta constitutiva, personería jurídica.
- Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, numero de cedula, aporte inicial y firma.
- RUC.
- Registro único de turismo.
- Licencia anual de funcionamiento
- Permiso del bombero.

4.4.1.7 *Requerimiento para constitución*

Tabla 68-4: Gastos de constitución

REQUISITOS	INVERSIÓN
Solicitud Acta constitutiva	\$ 160.00
Documento de constitución Jurídica	\$ 60.00
Registro MINTUR	\$ 20.00
Permiso de LUAF	\$ 10.00
Copia certificada del RUC	\$ 20.00
Permiso de bomberos	\$ 40.00
TOTAL	\$ 310.00

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.4.1.8 Flujo grama estructural administrativo

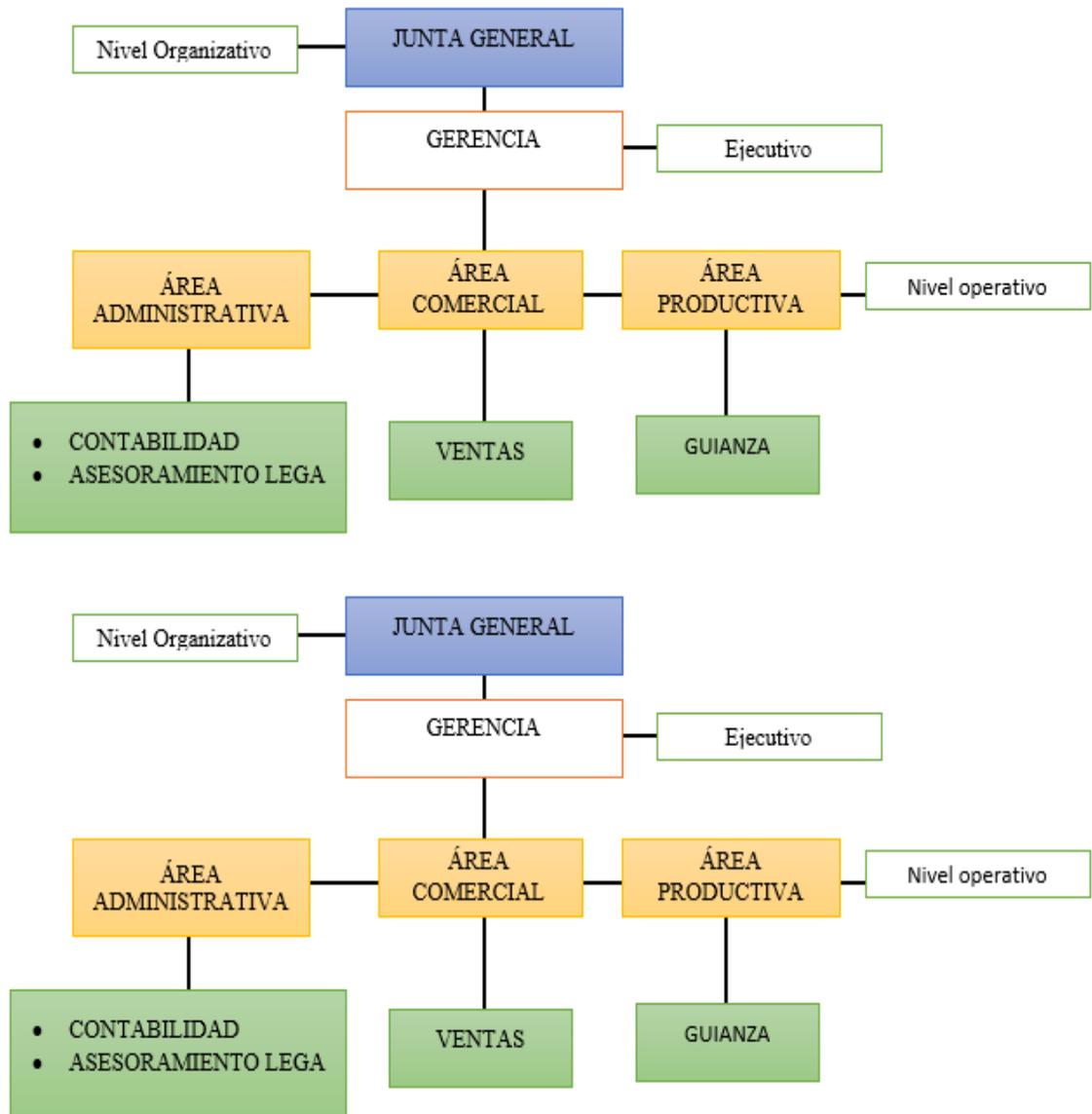


Ilustración 44-4: Flujograma de estructura organizativa
Realizado por: Salazar, B 2022.

4.4.1.9 Flujograma estructura funcional

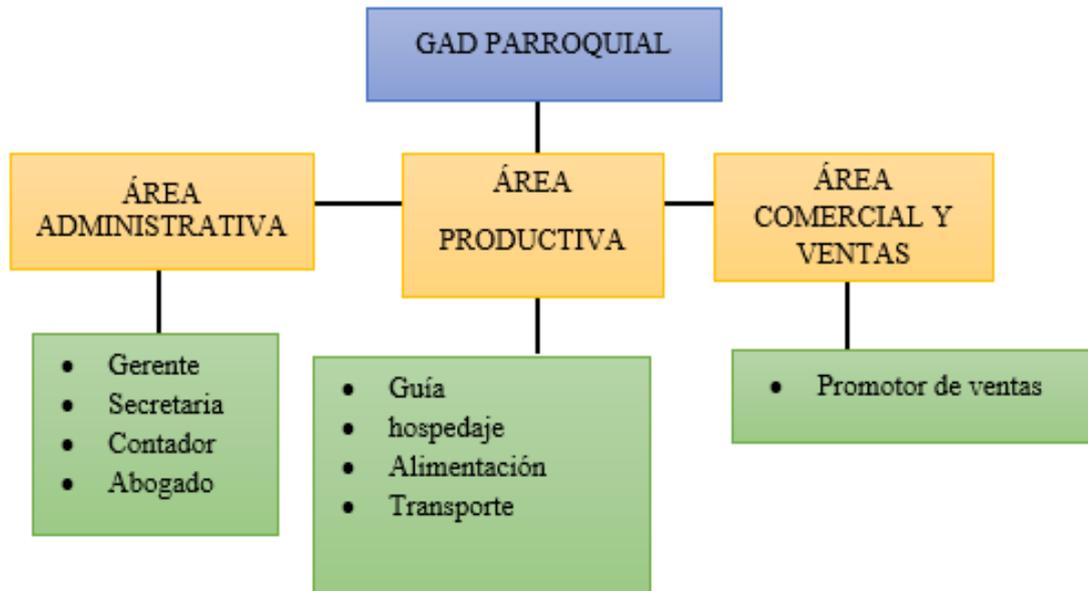


Ilustración 45-4: Flujograma de estructura funcional
Realizado por: Salazar, B 2022.

4.4.1.10 Manual de funciones y responsabilidades

Tabla 69-4: Manual de funciones y responsabilidades

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Cargo: Gerente	
Funciones: Gestionar, planificar, organizar, supervisar, dar apertura y cierre en sesiones	
PERFIL REQUERIDO	
Formación académica	Requerimientos adicionales
Estudios de segundo o tercer nivel en cualquier área de estudio.	Ser elegido por el pueblo Poseer conocimiento con respecto al área de trabajo Tiempo necesario para realizar sus actividades
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Experiencia	Idioma
Experiencia mínima de 2 años en trabajos similares	Español

Responsabilidades a cumplir	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Expedir acuerdos, resoluciones y normativa reglamentaria en las materias de competencia del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural conforme este Código; ➤ Aprobar u observar el presupuesto del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural, que deberá guardar concordancia con el plan parroquial de desarrollo y con el de ordenamiento territorial ➤ Promover y coordinar la colaboración de los moradores de la parroquia en mingas o cualquier otra formó de participación social para la realización de obras de interés comunitario ➤ Designar, cuando corresponda, sus delegados en entidades, empresas u organismos colegiados.
------------------------------------	--

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 70-4: Manual de funciones y responsabilidades de la secretaria /o

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Cargo: secretaria/o	
<p>Funciones: Recibir y redactar la correspondencia de un superior jerárquico, llevar adelante la agenda de éste y custodiar y ordenar los documentos de una oficina.</p> <p>El cargo que ocupa una secretaria suele conocerse como auxiliar administrativo.</p>	
PERFIL REQUERIDO	
Formación académica	Valores
Estudios de tercer nivel en contabilidad y auditoría o secretariado.	Eficiente Tolerante responsable Creativa/o
Experiencia	Idioma
Experiencia en el área a desempeñar, mínimo 2 años de experiencia.	Español Inglés

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Responsabilidades a cumplir	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir documentos; ➤ Atender llamadas telefónicas; ➤ Atender visitas; ➤ Acompaña a todos lados. ➤ Archivar documentos; ➤ Realizar cálculos elementales; ➤ Informar todo lo relativo al departamento del que depende y ➤ estar al pendiente de la tramitación de expedientes

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 71-4: Manual de funciones y responsabilidades del contador/a

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Cargo: contador/a	
Funciones: Mantener los registros contables permanentes de la empresa.	
DATOS PERSONALES DEL PERFIL REQUERIDO	
Formación académica	Valores
	Eficiente
Estudios de tercer	Tolerante
Nivel en contabilidad o en cualquier área de especialización	Responsable
	Creativa
	Honesto
Experiencia	Idioma
Experiencia en el área a desempeñar, mínimo 2 año de experiencia.	Español
Responsabilidades a cumplir	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desenvolvimiento en temas de contabilidad y administración. ➤ Ser elegido por la mayoría de los miembros de la asociación. ➤ tener experiencia en el uso de facturas, saber ingles básico.

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 72-4: Manual de funciones y responsabilidades del Guía

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Cargo: Guía	
<p>Funciones: Coordinar con la agencia el tipo de servicio a ofrecer y la duración del mismo, para diseñar y organizar la visita turística, elaborando la información necesaria, de acuerdo al requerimiento del programa turístico, variando el circuito sólo en casos de seguridad o imposibilidad de acceso.</p> <p>Para los tours de interés especial, o que se requiera realizar un circuito predeterminado con tiempos límites y características especiales en los lugares de visitas, el Guía de Turismo debe cumplir los detalles del circuito que el tour operador entrega por escrito.</p> <p>Establecer los tiempos de tolerancia en la espera de los turistas para iniciar el desplazamiento y los criterios para decidir la salida, según las características del grupo y la disponibilidad del tiempo.</p> <p>Antes del inicio del tour se debe explicar el circuito, lugares de visitas incluidos y el tiempo de duración del mismo.</p>	
PERFIL REQUERIDO	
Formación académica	Valores
Estudios de tercer nivel en turismo	Eficiente
Licencia de guía nativo o nacional	Tolerante
	Responsable
	Creativa
	Honesto
Experiencia	Idioma
Experiencia en el área a desempeñar, mínimo 2 años de experiencia.	Español
	Inglés
	Francés (opcional)

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 73-4: Manual de funciones y responsabilidades del agente de ventas

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Cargo: Agentes de venta	
<p>Funciones: Realizar visitas a los clientes para presentar y promocionar los productos o servicios. Elaborar propuestas comerciales.</p> <p>Trabajar para garantizar que las negociaciones salgan bien y conduzcan a la compra del producto o servicios en cuestión.</p> <p>Proporcionar soporte postventa.</p> <p>Mantener el contacto con los clientes con el fin de fidelizarlos y asegurar más ventas.</p> <p>Prospección de nuevos clientes.</p>	
DATOS DE IDENTIFICACIÓN PERFIL REQUERIDO	
Formación académica	Valores
Estudios de tercer nivel en economía, contabilidad y auditoría, administración de empresas, ingeniero en ecoturismo	Eficiente Tolerante Responsable Creativa Honesto
Experiencia	Idioma
Experiencia en el área a desempeñar, mínimo 2 año de experiencia.	Español
Habilidades	Son capaces de hablar de una manera amistosa a los clientes y clientes potenciales, escuchar lo que necesitan y ayudar a comunicar las opciones que pueden ser de beneficio para ellos y su situación. Deben describir a los clientes las diferentes características de un producto, responder a cualquier pregunta que puedan tener y comunicar por qué tener el producto sería beneficioso para ellos.

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.4.1.11 Requerimiento del área administrativo legal

- Talento humano

Tabla 74-4: Talento humano

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Secretario/a	1	\$ 675,45	\$ 8.105,36
Tesorero/a	1	\$ 461,02	\$ 5.532,24
Asesor legal	1		\$ 500,00

Realizado por: Salazar, B 2022.

- Inversión en activos fijos

Tabla 75-4: Inversión en activos fijos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Terreno	30	m2	\$ 40	\$ 1200
Construcciones y edificaciones	30	m2	\$ 200	\$ 6.000
Máquinas y equipos				\$ 120,00
Teléfoco fijo	1	Equipo	\$ 60,00	\$ 80,00
Calculadora	1	Equipo	\$ 12,00	\$ 20,00
Perforadora	1	Equipo	\$ 2,50	\$ 10,00
Engrapadora	1	Equipo	\$ 2,60	\$ 10,00
Equipo de computo				\$ 1.250,00
Computadora	1	Equipo	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora	1	Equipo	\$ 350,00	\$ 350,00
Muebles y enseres				\$ 510,00
Archivadores	1	Unidad	\$ 120,00	\$ 240,00
Sillas	4	Unidad	\$ 10,00	\$ 40,00
Sillas secretarial	1	Unidad	\$ 50,00	\$ 50,00
Escritorio	1	Unidad	\$ 120,00	\$ 120,00
Cuadro	1	Unidad	\$ 10,00	\$ 10,00
Alfombra	1	Unidad	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL				\$ 9,080.00

Realizado por: Salazar, B 2022.

- Materiales e insumos

Tabla 76-4: Materiales e insumos

INSUMOS	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Denominación				
Materiales de oficina	1	Unidad	\$ 400,00	\$ 400,00
Cartuchos	4	Unidad	\$ 80,00	\$ 320,00
TOTAL				\$ 720,00

Realizado por: Salazar, B 2022.

- Activos diferidos

Tabla 77-4: Inversión de activos diferidos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	GASTO ANUAL
Capacitación al personal	2	\$ 550, 00	\$ 1.100,00
Proceso de selección	1	\$ 1000,00	\$ 1.000,00
SUB TOTAL			\$ 2.100,00

Realizado por: Salazar, B 2022.

- Licencia y permisos

Tabla 78-4: Licencia y permisos de funcionamiento

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	GASTO ANUAL
Permiso de funcionamiento	1	Persona	\$ 40,00	\$ 40,00
Licencia única anual	1	Unidad	\$ 40,00	\$ 40,00
Permiso de bomberos	1	Unidad	\$ 3,00	\$ 3,00
Permiso salud	1	fanpage	\$ 35,00	\$ 35,00
SUB TOTAL				\$ 118,00

Realizado por: Salazar, B 2022.

4.5 VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA

4.5.1 Evaluación económica

4.5.1.1 Inversiones del proyecto

Se tomó en cuenta los requerimientos del área comercial, productiva y administrativa del proyecto para identificar nuestra inversión.

Tabla 79-4: Inversión del proyecto

DENOMINACIÓN	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	\$ 26.743
Terrenos	\$ 1.200
Construcciones y edificaciones	\$ 6.000
Maquinaria y equipo	\$ 15.178
Muebles y enseres	\$ 1.765
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 23.219
Promoción y publicidad	\$ 2,650
Capacitaciones	\$ 3.300
Selección del personal	\$ 1.000
Gastos de constitución	\$ 310
Adecuaciones	\$ 5.100
Encuentro cultural y deportivo	\$ 2.00
Permisos	\$ 118
Gastos financieros	\$ 7.741
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 50.308
Sueldos y salarios	\$ 9.700
Mano de obra directa	\$ 10.080
Materiales e insumos	\$ 29.308
Servicios básicos	\$ 720
Contingencias	\$ 500
TOTAL	\$ 100.270

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 80-4: Usos y fuentes

DENOMINACIÓN	TOTAL	RECURSOS PROPIOS	PRESTAMO
ACTIVOS FIJOS	\$ 26.743		
Terrenos	\$ 1.200	\$ 1.200	-
Construcciones y edificaciones	\$ 6.000	-	\$ 6.000
Maquinaria y equipo	\$ 15.178	-	\$ 15.178
Equipo de computo	\$ 2.600	\$ 2.600	-
Muebles y enseres	\$ 1.765	-	\$ 1.765
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 23.219	-	-
Promoción y publicidad	\$ 2.650	-	\$ 2.650
Capacitaciones	\$ 3.300	\$ 3.300	-
Selección de personal	\$ 1.000	\$ 1.000	-
Gastos de constitución	\$ 310	-	\$ 310
Talleres de concientización	\$ 1.000	\$ 1.000	-
Adecuaciones	\$ 5.100	-	\$ 5.100
Encuentro cultural y deportivo	\$ 2.000	\$ 2.000	-
Permisos	\$ 118	\$ 118	-
Gastos financieros	\$ 7.741	\$ 7.741	-
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 50.308	-	-
Sueldos y salarios	\$ 9.700	-	\$ 9.700
Mano	\$ 10.080	\$ 10.080	-
Materiales e insumos	\$ 29.308	-	\$ 29.308
Servicios básicos	\$ 720	\$ 360	\$ 360
Contingencias	\$ 500	\$ 500	-
TOTAL	\$ 100.270	\$ 29.899	\$ 70.371

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 81-4: Pago de la deuda

CAPITAL	C =	70.371
Tiempo en año	t =	5
Tasa nominal unitario	j =	11 %
Periodos de capacitación	m =	12
Tasa efectiva	i =	0,009
Número de períodos de pago	n =	60

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 82-4: Calculo de la deuda

AÑO	PRESTAMO CAPITAL	CAPITAL A PAGARSE	INTERÉS AL 11%	CUOTA	SALDO
1	\$ 70.371	\$ 14.074	\$ 7.741	\$ 21.815	\$ 56.297
2	\$ 56.297	\$ 14.074	\$ 6.193	\$ 20.267	\$ 42.223
3	\$ 42.223	\$ 14.074	\$ 4.644	\$ 18.719	\$ 28.148
4	\$ 28.148	\$ 14.074	\$ 3.096	\$ 17.171	\$ 14.074
5	\$ 14.074	\$ 14.074	\$ 1.548	\$ 15.622	-
TOTAL		\$ 70.371	\$ 23.222	\$ 93.593	

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 83-4: Depreciación de activos fijos

DENOMINACIÓN	VALOR BIEN	DEPRECIACIÓN POR LEY	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN EN EL PROYECTO	VALOR DE SALVAMENTO
Terrenos	\$ 1.200				
Construcciones y edificaciones	\$ 6.000	20	\$ 300	\$ 1.500	\$ 4.500
Maquinaria y equipo	\$ 15.178	10	\$ 1.518	\$ 7.589	\$ 7.589
Equipo de computo	\$ 2.600	3	\$ 867	\$ 4.333	-
Muebles y enseres	\$ 1.765	10	\$ 177	\$ 883	\$ 883
TOTAL	\$ 26.743		\$ 2.861	\$ 14.305	\$ 12.972

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 84-4: Amortización de activos diferidos

ACTIVIDADES DIFERIDOS	RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 23.219	\$ 4.644	4.644	\$ 4.644	\$ 4.644	\$ 4.644

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 85-4: Estructura de costos y gastos

DENOMINACIÓN	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 75.244	\$ 78.931	\$ 82.798	\$ 86.855	\$ 91.111
Mano de obra directa	\$ 20.160	\$ 21.148	\$ 22.184	\$ 23.271	\$ 24.412
Materiales e insumos	\$ 55.084	\$ 57.783	\$ 60.614	\$ 63.584	\$ 66.700
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 27.352	\$ 28.552	\$ 29.810	\$ 31.131	\$ 32.516
Sueldos y salarios	\$ 19.401	\$ 20.351	\$ 21.348	\$ 22.395	\$ 23.492
Servicios básicos	\$ 1,440	\$ 1.511	\$ 1.585	\$ 1.662	\$ 1.744
Materiales insumos	\$ 3.532	\$ 3.705	\$ 3.887	\$ 4.077	\$ 4.277
Permisos	\$ 118	\$ 124	\$ 130	\$ 136	\$ 143
Depreciaciones	\$ 2.861	\$ 2.861	\$ 2.861	\$ 2.861	\$ 2.861
GASTOS EN VENTA	\$ 2.350	\$ 2.465	\$ 2.586	\$ 2.713	\$ 2.846
Promoción y publicidad (Durante)	\$ 2.350	\$ 2.465	\$ 2.586	\$ 2.713	\$ 2.846
GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.193	\$ 4.644	\$ 3.096	\$ 1.548	-
Interés	\$ 6.193	\$ 4.664	\$ 3.096	\$ 1.548	-
TOTAL, ENGRESOS	\$ 111.138	\$ 114.592	\$ 118.291	\$ 122.247	\$ 126.473

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 86-4: Estructura de ingresos

DENOMINACIÓN	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
Clientes (demanda)	3766	3916	4073	4236	4405
Precio paquete	\$ 75	\$ 75	\$ 75	\$ 75	\$ 75
TOTAL	\$ 165.683	\$ 172.310	\$ 179.203	\$ 186.371	\$ 193.826

Realizado por: Salazar, B 2022.

Tabla 87-4: Estado de resultado

DENOMINACIÓN	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos	\$ 165.683	\$ 172.310	\$ 179.203	\$ 186.371	\$ 193.826
Costo de producción	\$ 75.244	\$ 78.931	\$ 82.798	\$ 86.855	\$ 91.111
UTILIDAD BRUTA	\$ 90.439	\$ 93.380	\$ 96.405	\$ 99.516	\$ 102.714
Gastos de administración	\$ 27.352	\$ 28.552	\$ 29.810	\$ 31.131	\$ 32.516
Gastos ventas	\$ 2.350	\$ 2.465	\$ 2.586	\$ 2.713	\$ 2.846
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 60.738	\$ 62.363	\$ 64.008	\$ 65.672	\$ 67.353
Gastos financieros	\$ 6.193	\$ 4.644	\$ 3.096	\$ 1.548	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y REPARTICION DE BIENES	\$ 54.545	\$ 57.718	\$ 60.912	\$ 64.124	\$ 67.353
Impuestos 25 %	\$ 13.636	\$ 14.430	\$ 15.228	\$ 16.031	\$ 16.838
UTILIDAD ANTES DE REPARTICION DE BIENES	\$ 40.909	\$ 43.289	\$ 45.684	\$ 48.093	\$ 50.515
Repartición de utilidades 15 %	\$ 6.136	\$ 6.493	\$ 6.853	\$ 7.214	\$ 7.577
UNIDAD NETA	\$ 34.773	\$ 36.796	\$ 38.831	\$ 40.879	\$ 42.937

Realizado por: Salazar, B 2021

Tabla 88-4: Flujo de caja

DENOMINACIÓN	AÑO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones	\$ 100.270					
Valor de salvamento						12.972
Capital de trabajo						50.308
Unidad neta		\$ 34.773	\$ 36.796	\$ 38.831	\$ 40.879	\$ 42.937
Depreciación		\$ 2.861	\$ 2.861	\$ 2.861	\$ 2.861	\$ 2.861
Flujo de caja	-100.270	\$ 37.633	\$ 39.659	\$ 41.692	\$ 43.740	\$ 109.078
Factor de actualización	1,00	0,95	0,91	0,86	0,82	0,78
Flujo de caja actualizado	\$ - 100.270	\$ 35.841	\$ 35.970	\$ 36.015	\$ 35.985	\$ 85.465
SUMATORIAS			71.811	107.826	143.811	229.277

Realizado por: Salazar, B 2021

4.5.2 Evaluación financiera**Tabla 89-4:** Evaluación financiera

DEPRECIACIÓN	VALOR
RBC (Relación beneficio y costo)	\$ 2.29
VAN (Valor actual neto)	\$ 114.801,00
TIR (Tasa interna de retorno)	37 %
PRC (Periodo de recuperación)	SE RECUPERRA AL QUINTO AÑO

Realizado por: Salazar, B 2021

4.5.2.1 Relación beneficio costo de la actividad turística

La relación beneficio costo es de \$ 2,29 ctv. Es decir que por cada dólar invertido se recupera el dólar y se gana \$ 1.29 ctv.

4.5.2.2 Valor actual neto

El valor actual neto es de \$ 114.801,00 positivo, esta cantidad muestra la seguridad de la inversión y la cantidad que podría generar al ejecutar el proyecto.

4.5.2.3 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno la inversión es de 37% siendo mayor al 6% de interés que se genera en el banco como costo de oportunidad del dinero.

4.5.2.4 Periodo de recuperación del capital

El periodo de recuperación del capital se dará en el quinto año de funcionamiento, considerado oportuno ya que se encuentra dentro de los límites del tiempo proyectando.

CONCLUSIONES

La viabilidad comercial permitió conocer los gustos, preferencias y necesidades de los turistas nacionales y como extranjeros con un porcentaje del 73 % y 100 % de aceptación, permitiéndonos determinar el perfil del turista, tanto en sus necesidades y gustos captando una demanda objetiva de 3716 turistas, información que se consideró indispensable para el diseño del paquete turístico.

El diseño técnico del producto turístico denominado Sumaco ¡Paisaje Aventura y Encanto! Va enfocado en la potencialización de los atractivos naturales y culturales, por lo que se elaboró un paquete turístico denominado: - Adventure and Culture, permitiendo que el paquete sea viable y sustentable para el desarrollo de la parroquia, integrando la oferta local a lo existente y a si alcanzar una demanda planificada a corto y mediano plazo.

La evaluación ambiental mediante la matriz de Lázaro Lagos nos permitió conocer los impactos ambientales que genera al ejecutar la operación turística en la parroquia, obteniendo un total de 397 puntos, dando 210 puntos en los impactos positivos, 187 puntos en los impactos negativos por lo que se puede decir que el proyecto es ambientalmente viable.

Mediante el estudio legal administrativo se estableció la creación de una asociación de turismo comunitario legalmente constituida bajo las leyes del Ministerio de Turismo.

El estudio financiero determina que el producto turístico es económico y financieramente rentable, alcanza una TIR de 37 %, un VAN de \$ 114.801 y RBC de \$2,29 ctv. Es decir que por cada dólar que se invierte se ganara \$1,29 ctv.

RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta que el diseño del paquete turístico tiene la aceptación en el mercado, es importante socializar el proyecto con todos los actores involucrados en la actividad turística, por ende, es importante gestionar la implementación de la propuesta ante el GAD municipal y los GAD parroquiales con la finalidad de hacerles partícipes en el producto, aprovechando las potencialidades turísticas que presenta la parroquia a su vez generando empleo.

Actualizar constantemente los, medios de difusión, generar nuevas estrategias publicitarias de la parroquia de acuerdo a la demanda nacional e internacional, convirtiéndole a su vez un producto satisfactorio para el cliente.

Tomando en cuenta la falta de implementación de artículos para la práctica de los deportes extremos y entre otras actividades se ha considerado la adquisición de los equipos necesarios, por lo que se recomienda realizar gestiones de presupuesto necesario a las entidades competentes GADM DE QUIJOS y al MINTUR, ya que las actividades turistas son una aceptación en el mercado turístico.

Implementar programas de capacitación para los prestadores de servicio turístico a nivel cantonal y parroquial ayudándoles a tener un conocimiento actualizado hacia el turismo mediante a través de la calidad de sus servicios.

BIBLIOGRAFÍA

ALEMÁN, M. *Estudio de Impacto Ambiental*. España, 2015. p 16-18.

ALVARADO, E. *Estudio Administrativo, Legal y Fiscal*, Ecuador, 2015. p 67.

ARNANDIS, R. *Qué es un Recurso Turístico*. Cuadernos de Turismo, no. 43. ISSN 19894635. DOI 10.6018/turismo.43.02, 2019. p. 553-555

ASAMBLEA CONSTITUYENTE DEL ECUADOR. *Constitución del Ecuador. Registro Oficial*, no. 20 de Octubre, 2008. ISSN 1098-6596. DOI 10.1017/CBO9781107415324.004. p. 173.

BAZÁN, B. *La conexión emocional con el color*. S.l, 2018. p 8.

BEMBIBRE, C. *Definición de Estudios de Impacto Ambiental*, 2011. p 11.

BIOPHERE, T. *Beneficios del Turismo Sostenible*, 2017. p 67.

BULLON, R. *EL Sistema Turístico*, 2004. p 16.

CARRANZA, M. *Reflexiones sobre un Patrimonio Olvidado: Museo Valdivia. Estrategias para su Revalorización como Atractivo Turístico Cultural*, Provincia de Santa Elena, 2017, p 19. S.l.

CASTILLO, E, MARTINEZ, F. & VAZQUEZ, E. *El Turismo en Ecuador. nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico* [The tourism in Ecuador, new tendencies in sustainable tourism and the contribution to economic growth]. *Revista Galega de Economía*, 2015, vol. 24, no. 2, p. 69-88.

CASTRO, L. *Medidas económicas adoptadas por el gobierno nacional para contrarrestar el impacto del COVID 19*. Fondo Monetario internacional, 2020. pp 42.

COMUNIDAD DE MADRID. *Estrategias de turismo*. Crecimiento inteligente, 2016.

CRUZ, J. *Mercado Turístico*, 2013. pp 19.

FAO. *Evaluación del impacto Ambiental*. S.l.: s.n. ISBN 978-92-5-307276-7, 2012, p 11.

FLORES, A. & GUAMÁN, J. *Levantamiento del Inventario de Atractivos Turísticos del cantón Pucará de la provincia del Azuay*, 2018, p. 47- 49.

GAD CANTONAL DE QUIJOS. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Quijos*.2014, p. 23.

GAD PROVINCIAL DE NAPO, *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial.* , GRN, 2018. pp 13. Estudio de Impacto Ambiental.

HIDALGO, C. “*La influencia del color en las emociones de los jóvenes a través de las actuaciones de.* S.l.: s.n, 2018. p 26.

IBARBEN, T. *Recurso Turístico*, 2015. p 41.

INGRI, B, CRISTHIAN, O, OMAR, C, FERNANDO, B, GABRIELA, L, RAFAEL, G. & DIEGO, M. Metodología de Diseño de Producto bajo la estructura de Innovación y Creatividad. Estudio de revisión. *Espacios*, 2018, vol. 39, no. 11. ISSN 07981015. p. 3.

JIMÉNEZ, C. *Turismo Sostenible*, 2006 , p. 13-14.

LOOR, L, & ALEMAN, A. *La Actividad Turística en el Ecuador: ¿Turismo Conciente Turismo Tradicional? 2004 -*, 2018. p 21.

PÉREZ, L. *La Actividad Turística en el Ecuador*, 2018, vol. 9, p. 97.

LÓPEZ, R. *LA SITUACIÓN ACTUAL TURÍSTICA DEL ECUADOR.* [en línea], 2018, vol. 6, no. 25, pp. 29-39. Disponible en: <http://fipcaec.com/ojs/index.php/es>.

MINAMBIENTE. *Metodología General para la Elaboración y Prestación de Estudios Ambientales.* . S.l, 2018.

MINISTERIO DE TURISMO. *Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador.* S.l, 2017.

MINTUR, 2014. Ley de Turismo. *Registro Oficial Suplemento 733*, p. 11.

MINTUR, 2017. *Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017*, p 14 . S.l.

MOLINA. *EL Sistema Turístico*, 2020, p 37.

MORÈRE, N. & SALVADOR, O. *Turismo Cultural, Patrimonios, Museos y Empleabilidad*, 2013.

NASIMBA, C, & CEJAS, M. *Diseño de Productos Turísticos y sus Facilidades. Cristina Nasimba y Magda Cejas Qualitas. S.l, 2015, p 51.*

NAVARRO, D. Cuadernos de Turismo, 2015, p. 337. ISSN 1139-7861. DOI 10.6018/turismo.35.221641.

OKDIARIO. Significado del color blanco. 2018, p 17.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Panorama del turismo internacional.* El turismo internacional sigue adelantando a la economía mundial, 2019, p. 23.

PLATA, F. *¿Qué es el turismo?*, 2015, p 19.

RAMÍREZ, L. *Diseño de un Producto turistico*, 2015, p 7.

RICO, V. *Qué es un estudio de mercado*, 2017, p 28.

SABATER, V. *La mente es Maravillosa*, Psicología del color: significado y curiosidades de cada color. 2019.

SANCHO, A. *Introducción al Turismo OMT Organización Mundial del Turismo*, 2011 , p 16.

SC. LEMOINE, Gbriela Maria, CASTELLANOS PALLEROLS, Norma Rafaela, HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Silvana Estefanía ZAMBRANO INTRIAGO, &, Viviana CARVAJAL ZAMBRANO, *Análisis de los Atractivos y Recursos Turísticos del cantón San Vicente, Ecuador. Dirección. S.l, 2018, p 42.*

SECRETARIA DE MERCADO, [sin fecha]. *Estudio de Mercado.* 2016, p 31. S.l.

SERNATUR. *Barómetro de Turismo*, 2018, p 18.

SERRANO, J. *Estudio Administrativo y Legal*, 2012, p 17.

SILVA, A. *PDOT Plan de ordenamiento territorial*. [en línea], 2012, p. 12. Disponible en:
https://quijos.gob.ec/download/gaceta_municipal_de_quijos/documentos_institucionales/planes/plan_de_ordenamiento_territorial/PDOT-4.1.pdf.

SILVA, A. *PDOT PARROQUIA DE SUMACO*. [en línea], 2015, p 71. Disponible en:
http://app.sni.gob.ec/sinlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1560506440001_PDOT PARROQUIA SUMACO_28-10-2015_22-44-33.pdf.

SOLIS, J. *Categorización de los Atractivos Turísticos y su Incidencia en el Posicionamiento Turístico de la Parroquia Salasaca*, del Cantón Pelileo, Provincia Tungurahua. 2015, P 34. S.1.

VÉLEZ, X. *Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Centro Ecoturístico en el Cantón Joya de los Sachas*, provincia de Orellana, 2016, p. 24.

ANEXOS

ANEXO A: Encuesta dirigida para los turistas nacionales y extranjeros



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



El motivo de esta encuesta tiene como objetivo obtener información de las preferencias turísticas para el desarrollo de un producto turístico en la parroquia de Sumaco, Cantón Quijos Provincia de Napo, sus datos serán tratados de manera confidencial y con fines estadísticos.

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Género?

a. Masculino b. Femenino

2. ¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

a. 15 - 20 años c. 26 - 30 años
b. 21 - 25 años d. 31 - 35 años
e. 36 - 40 años g. 46 - 50 años
f. 41 - 45 años h. Mayor a 50 años

3. ¿Lugar de procedencia?

4. ¿Conoce usted o ha escuchado acerca de la parroquia de Sumaco en el cantón Quijos?

Si No

5. ¿Le interesaría visitar la parroquia de Sumaco?

Si No

6. ¿Qué tipos de servicios le gustaría utilizar en la parroquia de Sumaco?

a. Alimentación c. Hospedaje
b. Guianza d. otros

7. ¿Qué tipo de actividades de gustaría realizar en la parroquia de Sumaco?

a. Rafting d. Ciclismo H. turismo Cultural
b. Kayak f. Fotografía turística i. Turismo comunitario
c. Senderismo g. Agroturismo j. Camping

8. ¿Qué atractivos le gustaría conocer en la parroquia de Sumaco?

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| a. Cascada de Chontayaku | <input type="checkbox"/> | d. Cascada de Pakayaku | <input type="checkbox"/> |
| b. Parque Nacional Sumaco | <input type="checkbox"/> | e. Gruta de la Virgen de Guadalupe | <input type="checkbox"/> |
| c. Cascada del río Britaño | <input type="checkbox"/> | f. Iglesia de Sumaco | <input type="checkbox"/> |
| g. Río Quijos | <input type="checkbox"/> | | |

9. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría degustar en la parroquia de Sumaco?

- | | | | |
|----------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| a. Típica de la zona | <input type="checkbox"/> | c. Nacional | <input type="checkbox"/> |
| b. Vegetariana | <input type="checkbox"/> | d. Internacional | <input type="checkbox"/> |

10. ¿En qué temporada del año usted viaja?

- | | | | |
|------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| a. Enero – Marzo | <input type="checkbox"/> | c. Julio – Septiembre | <input type="checkbox"/> |
| b. Abril – Junio | <input type="checkbox"/> | d. Octubre – Noviembre | <input type="checkbox"/> |

11. ¿Cuándo usted viaja, ¿cuál es su promedio de estancia?

- | | | | |
|---------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| a. 1 día | <input type="checkbox"/> | c. 4 – 5 días | <input type="checkbox"/> |
| b. 2 – 3 días | <input type="checkbox"/> | d. 6 -7 días | <input type="checkbox"/> |

12. ¿Con quién normalmente viaja usted?

- | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| a. Solo | <input type="checkbox"/> | d. Amigos | <input type="checkbox"/> |
| b. Familia | <input type="checkbox"/> | e. Tour contratado | <input type="checkbox"/> |
| c. En pareja | <input type="checkbox"/> | f. Guía privado | <input type="checkbox"/> |

13. ¿Cuándo viaja generalmente cuanto gasta usted por día?

- | | | | |
|----------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|
| a. 15 - 30 USD | <input type="checkbox"/> | d. 65 - 85 USD | <input type="checkbox"/> |
| b. 30 - 45 USD | <input type="checkbox"/> | e. 85 – 100 USD | <input type="checkbox"/> |
| c. 45 - 65 USD | <input type="checkbox"/> | g. Más de 100 | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Cuál es el medio que utiliza usted para realizar su viaje?

- | | |
|----------------|--------------------------|
| a. Por agencia | <input type="checkbox"/> |
| b. Sin agencia | <input type="checkbox"/> |

15. ¿Por qué medio se informa acerca de la actividad turística?

- | | | | |
|---|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| a. Agencias de viajes / Tour Operadoras | <input type="checkbox"/> | e. Redes sociales | <input type="checkbox"/> |
| b. Amigos / Familiares | <input type="checkbox"/> | f. Radio / TV | <input type="checkbox"/> |
| c. Guías turísticos | <input type="checkbox"/> | Otros | |
| d. Libros / Revistas | <input type="checkbox"/> | | |

ANEXO B: Inventario de los atractivos turísticos – Naturales y Culturales

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	5	0	7	5	6	A	N	0	4	0	4	0	2	0	0	1
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASCADA CHONTAYAKU																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRACTIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
NAPO				QUIJOS				SUMACO									
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal								
PARROQUIA DE SUMACO																	
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)									
775738				002552				2063 msnm									
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:									
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas																	
a. Clima: TEMPLADO				b. Temperatura(°C): 12 a 20 °C				c. Precipitación Pluviométrica (mm):									
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>									
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																	
a. Primitivo <input type="checkbox"/>				b. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				c. Rural <input type="checkbox"/>		d. Urbano <input type="checkbox"/>							
3.4 Ingreso al atractivo (U)																	
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		8:30	16:30								<input type="checkbox"/> texto <input type="checkbox"/>						
Restringido		0:00	0:00								<input type="checkbox"/> texto						
Pagado		0:00	0:00								<input type="checkbox"/> texto						
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		Cheque							
g. Meses recomendables de visita:				Durante todo el año se encuentra habiendo pero lo mas recomendables es en las fiestas de la parroquia sumaco en el mes de diciembre.													
Observaciones: Mejoramiento de señaletica																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												Parroquia de sumaco					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		3 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:20:0 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 775738		Long.: 002552					
Observaciones:																	
4.2 Vías de Acceso (M)																	
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	5	0	0	
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Observaciones:					Observaciones:					
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
	Restaurants	0	0		Restaurants	5	0	0		
	Cafeterías	0	0		Cafeterías	0	0	0		
	Bares	0	0		Bares	0	0	0		
	Fuentes de soda	0	0		Fuentes de soda	0	0	0		
Observaciones:					Observaciones:					
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			
Mayoristas		0			Mayoristas		0			
Internacionales		0			Internacionales		0			
Operadoras		0			Operadoras		0			
Observaciones:					Observaciones:					
Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	<input type="checkbox"/>	0	Aventura	0
Observaciones:					Observaciones:					
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										
Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		M		
						B	R			
a.	Punto de Información		0	0	texto	<input type="checkbox"/>				
	I-Tur		0	0	texto	<input type="checkbox"/>				
	Centro de interpretación		0	0	texto	<input type="checkbox"/>				
	Centro de facilitación turística		0	0	texto	<input type="checkbox"/>				
	Centro de recepción de visitantes		0	0	texto	<input type="checkbox"/>				

Garitas de guardianía	0	0	texto		
Miradores	0	0	texto		
Torres de avistamiento de aves	0	0	texto		
Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto		
Senderos	0	0	texto		
Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto		
Áreas de acampar	0	0	texto		
Refugio de alta montaña	0	0	texto		
Baterías sanitarias	0	0	texto		
Estacionamientos	0	0	texto		
	0	0	texto		

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio	Cajero automático	Otro	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro		Especifique:	
Observaciones:			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro		Especifique:	
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua:		Agua:	Potable
Especifique:		Especifique:	
Energía eléctrica:		Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público
Especifique:		Especifique:	
Saneamiento:		Saneamiento:	Red pública

Especifique: <input type="checkbox"/>	Especifique:
Disposición de desechos	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:
Observaciones: <input type="checkbox"/>	

7.2 Señalética en el atractivo

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
E n á r e a s u r b a n a s	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E n á r e a s n a t u r a l e s	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L e t r e r o s i n f o r m a t i v o s	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto			
S e ñ a l é t i c a i n f o r m a t i v o s e s e g u r i d a d	Protección de los elementos del atractivo <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	<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"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros				texto				

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)	
a. En el atractivo	b. En la ciudad o poblado mas cercano

Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica		0
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		1
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios		0
Otros		0	Otros		0
Observaciones:					
7.4 Seguridad (M)					
a. Privada	alle	texto			
b. Policía nacional		texto			

c. Policía metropolitana / Municipal		texto	
d. Otra		texto	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Telefonía (M)		Telefonía (M)	
Conexión a internet (M)		Conexión a internet (M)	
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	Fija
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	Móvil
Satelital	Telefonía móvil	Satelital	Telefonía móvil
Observaciones:		Sería importante colocar una línea de teléfono con internet	
Radio portátil (U)			
De uso exclusivo para el visitante		De uso exclusivo para comunicación interna	
De uso exclusivo en caso de emergencia		De uso exclusivo en caso de emergencia	
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M)			
Deslaves		Sismos	
Erupciones volcánicas		Incendios forestales	
Inundaciones		Aguajes	
Tsunami		Tsunami	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		Institución que elaboró el documento.	
Nombre documento:		Año elaboración:	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		Año de elaboración:	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			
9.1.1 En el Agua (M)			
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río
e. Surf	f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel
i. Tubing	j. Regata	k. Paseo en panga	l. Paseo en bote
m. Paseo en lancha	n. Paseo en motc acuática	o. Parasailing	p. Esquí acuático
q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesa deportiva	Otro
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M)			
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d. Otro
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo
e. Canyoning	f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata
i. Caminata	j. Camping	k. Picnic	l. Observación de flora y fauna
m. Observación de astros	n. Otro	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			

9.2.1 Tangibles e intangibles												
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>						
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:												
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO												
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/ <input type="checkbox"/>												
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)												
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:												
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>												
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB		URL: http://gadprsumaco.gob.ec/napo/				Trimestral						
b. Red Social		Nombre: facebook				Trimestral						
c. Revistas Especializadas		Nombre:										
d. Material POP		Nombre:										
e. Oficina de Información Turística		Nombre:										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Nombre:										
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre:										
h. Otro		Nombre:										
Observaciones:												
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: texto <input type="checkbox"/>												
Observaciones:												
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)												
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/ <input type="checkbox"/>												
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos												
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		0				
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:		Mensual						
c. Temporalidad de visita al atractivo												
Alta (meses)	Especifique	texto				Número de visitantes	0					
Baja (meses)		por falta de promoción					8					
d. Llegada de turistas												
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual		
Ciudades de origen	Quito	5	60	Países de origen	UUSS	5	60					
	Tena	7	84		Alemania	3	36					
	Chaco	10	120		texto	0	0					
Observaciones: promocionar el atractivo mas amenudo por medio de las redes sociales												
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave												
Nombre del Informante					Contactos:							
Clave:												
Demanda según días de visita					Demanda según frecuencia de visita							
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente
Observaciones:												

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0	d. Número de personas especializadas en turismo		0						
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	3	Alemán	0
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades		de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto

Observaciones:

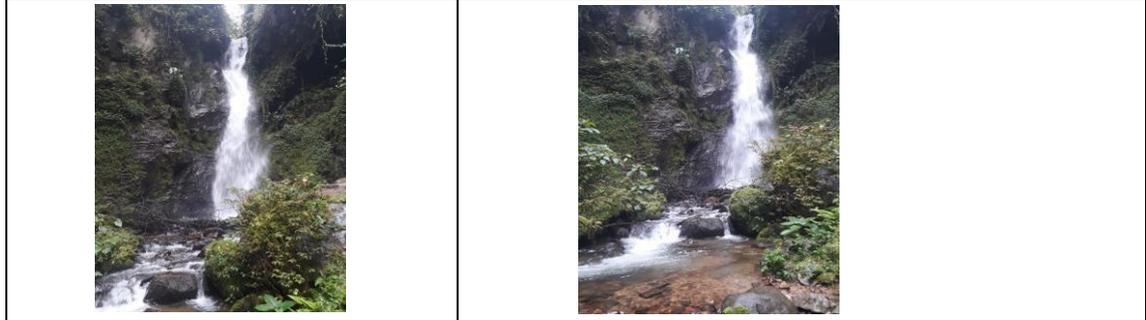
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Atractivo ubicado a 3km de la Parroquia Sumaco, además, cuenta con un sendero en buen estado, la cascada presenta una longitud de 8 metros de altura.

Las actividades que se puede realizar en el lugar son fotografía, observación de flora y fauna.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Boris Salazar estudiante la ESPOCH/Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco/ Juan Carlos Claudio coordinador de turismo del GADM de Quijos (2021)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google maps (2021)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	BORIS SALAZAR	Apellido y Nombre	Tecnologo Juan Carlos Claudio	Apellido y Nombre	Ing. Danny Daniel Castillo Vizuette
Institución	GADP DE SUMACO	Institución	GADP DE QUIJOS	Institución	ESPOCH
Cargo	TESISTA	Cargo	Coordinar de turismo	Cargo	Docente la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo
Correo Electrónico	aleboris1990@gmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	1	5	0	7	5	6	A	N	0	5	0	4	0	2	0	0	1			
	Provincia	Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo						
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
PARQUE NACIONAL SUMACO NAPO GALERAS																				
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo												
ATRATIVOS_NATURALES				BOSQUES				MONTANO BAJO												
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia												
N A P O				QUIJOS				SUMACO												
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal								
PARROQUIA DE SUMACO																				
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales) Click				2.10 Altura (msnm)												
0 0 ' 5 8" 4 2'				77°53'52'				2.064												
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:												
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:												
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:												
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas																				
a. Clima: templado				b. Temperatura(°C): 10 a 25°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1000 a 6000												
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																				
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																				
a. Primitivo <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U)																				
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		7:00	16:00			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>							
Restringido		0:00	0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>							
Pagado		0:00	0:00			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>							
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario			Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>							
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria			Cheque <input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:																				
Observaciones:				El ingreso al parque nacional Sumaco napo galeras es en la mañana y se sale en la tarde cuatro imedia, es importante respetar el horario de entrada, pero más que todo el de salida.																
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																				
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												BORJA								
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		1 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:15 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	00°58'42'	Long.:	77°53'52'									
Observaciones:				se encuentra cerca del poblado mas cercano que es sardinas																
4.2 Vías de Acceso (M)																				
Tipo de vía		Coordenada de inicio			Coordenada de fin			Distancia (km)		Tipo de material			Estado							

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0			
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0			
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0			
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0			
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0			
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0			
Refugio	2	3	2	Refugio	2	0	0			
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0			
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0			
Observaciones: cuenta con dos cabañas donde acampar				Observaciones: en la ciudad mas cercana del atractivo la parroquia de boerja que si cuenta con hoteles.						
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Número de Plazas			
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	0	0	0			
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0			
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0			
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0			
Observaciones:				Observaciones:						
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados				
Mayoristas		0		Mayoristas		0				
Internacionales		0		Internacionales		0				
Operadoras		0		Operadoras		0				
Observaciones:				Observaciones:						
Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
3	0	0	Aventura	3	0	0	0	Aventura	0	
Observaciones: la guiansa se lo hace con la ayuda de los guarda parques				Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U) B R M				
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto						
	I-Tur	0	0	texto						
	Centro de interpretación	0	0	texto						
	Centro de facilitación turística	0	0	texto						
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto						
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiania	0	0	texto						
	Miradores	0	0	texto						
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto						
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto						
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto						
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto						
	Áreas de acampar	0	0	texto						
	Refugio de alta montaña	0	0	texto						
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto						
	Estacionamientos	0	0	texto						

Observaciones: <input type="checkbox"/> cuenta con garitas para los guarda parques <input type="checkbox"/>			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="checkbox"/>		Especifique: <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/> el parque nacional Sumaco napo galeras no se encuentra en un mal estado			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
			o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	b. Humedad <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>		g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>
		i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>
		k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
		m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>
			o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante: UNESCO	b. Denominación: RESERVA DE BIOSFERA	b. Fecha de declaración: 22/6/1905	c. Alcance: <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/> LA PARQUE NACIONAL SUMACO NAPO GALERAS FUE CREADO EN EL AÑO 1994, Y EN EL 2000 FUE DECLARADO POR LA UNESCO COMO RESERVA DE BISFERA			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua: <input type="checkbox"/>	
Especifique: <input type="checkbox"/>		Especifique: <input type="checkbox"/>	
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>		Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	
Especifique: <input type="checkbox"/>		Especifique: <input type="checkbox"/>	
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input type="checkbox"/>	

Especifique: <input type="checkbox"/>		Especifique: <input type="checkbox"/>						
Disposición de desechos		Disposición de desechos						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones: <input type="checkbox"/>								
7.2 Señalética en el atractivo								
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
E n á r e a s u r b a n a s	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E n á r e a s n a t u r a l e s	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L e t r e r o s i n f o r m a t i v o s	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto			
S e ñ a l é t i c a i n t e r n a d e s e g u r i d a d	Protección de los elementos del atractivo <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto	<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"/>		
Otros	texto							
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M)								
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano					

Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica		0
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		0
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios		0
Otros		0	Otros		0
Observaciones:					
7.4 Seguridad (M)					
a. Privada	Tipo	texto			
b. Policía nacional		texto			

c. Policía metropolitana / Municipal		<input type="checkbox"/>	texto
d. Otra		<input type="checkbox"/>	seguridad por parte de los guarda parques
Observaciones: es importante que los guardias esten capacitados <input checked="" type="checkbox"/>			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Telefonía (M)		Telefonía (M)	
Conexión a internet (M)		Conexión a internet (M)	
Fija	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U)			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M)			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	
Tsunami <input type="checkbox"/>		Sesquía <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto	
Nombre del documento: texto		Año de elaboración: de <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
		SI	NO
		S/I	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Año de elaboración:		2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique:		<input type="checkbox"/>	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique:		<input type="checkbox"/>	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique:		<input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
		SI	NO
		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			
9.1.1 En el Agua (M)			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input checked="" type="checkbox"/>	d. Kayak de Rio <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"/>	<input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
9.1.2 En el Aire (M)			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input checked="" type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input 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"/>	texto <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observaciones: la reserva Sumaco es una lugar donde se puede realizar varios tipos de actividades pero siempre y cuando este con un guía que conozca el atractivo <input type="checkbox"/>			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			
<input type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles																									
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				d. Visita a talleres artesanales				i. Participación en talleres artesanales																	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales				f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.				i. Actividades vivenciales y/o lúdicas																	
g. Presentaciones o representaciones en vivo				h. Muestras audiovisuales				g. Fotografía																	
j. Degustación de platos tradicionales				l. Participación de la celebración				m. Compra de artesanías																	
n. Convivencia				o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>				Otro <input type="checkbox"/> texto																	
Observaciones:																									
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input checked="" 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="checkbox"/>																									
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>																									
Medio Promocional			Dirección y nombre de los medios promocionales						Periodicidad de la promoción																
a. Página WEB			URL: http://gadprsumaco.gob.ec/mapo/						Anual																
b. Red Social			Nombre: facebook						Mensual																
c. Revistas Especializadas			Nombre: <input type="checkbox"/>																						
d. Material POP			Nombre: <input type="checkbox"/>																						
e. Oficina de Información Turística			Nombre: <input type="checkbox"/>																						
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)			Nombre: <input type="checkbox"/>																						
g. Asistencia a ferias turísticas			Nombre: <input type="checkbox"/>																						
h. Otro			Nombre: <input type="checkbox"/>																						
Observaciones:																									
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto																									
Observaciones:																									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																									
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos																									
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: 2017																									
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Anual																									
c. Temporalidad de visita al atractivo																									
Alta (meses)		Especifique		texto						Número de visitantes		0													
Baja (meses)		Especifique		por el clima						Número de visitantes		15													
d. Llegada de turistas																									
Turista nacional			Llegadas mensuales			Total anual			Turista extranjero			Llegadas mensuales			Total Anual										
Ciudades de origen			quito			25			300			Países de origen			alemanes			10			120				
			ambto			15			180						UUSS			8			92				
			texto			0			0						texto			0			0				
Observaciones: la afluencias de turistas nacionales es mas que de los extranjeros																									
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave																									
Nombre del Informante Clave:						Contactos:																			
Demanda según días de visita						Demanda según frecuencia de visita																			
Lunes a viernes		0		Fines de semana		0		Días feriados		0		Permanente		<input type="checkbox"/>		Estacional		<input type="checkbox"/>		Esporádica		<input type="checkbox"/>		Inexistente	
Observaciones:																									

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SI					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		1		d. Número de personas especializadas en turismo		0					
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	1	Alemán	0
Tercer Nivel	4	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones:											

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

El Parque Nacional Sumaco se localiza en la Provincia de Napo, se crea el 2 de marzo de 1994. Este presenta una extensión de 794,071 ha, por otra parte el 11 de noviembre del 2000 fue declarada oficialmente Reserva de Biosfera de Sumaco.

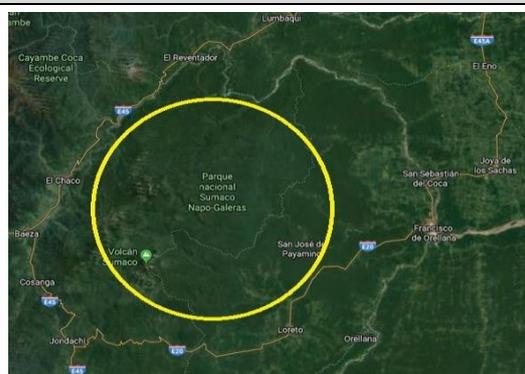
14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Boris Salazar estudiante la ESPOCH/Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco/ Juan Carlos Claudio coordinador de turismo del GADM de Quijos (2021)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google maps (2021)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	SALAZAR BORIS	Apellido y Nombre	Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco	Apellido y Nombre	Ing Danny Daniel Castillo Vizueté
Institución	GADP DE SUMACO	Institución	GADP DE SUMACO	Institución	ESPOCH
Cargo	PASANTE	Cargo	Coordinadora de turismo	Cargo	Docente la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo
Correo Electrónico	aleboris_1990@gmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono: 0989222615		Teléfono:		Teléfono:	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																					
Código del atractivo:	1	5	0	7	5	6	A	N	0	4	0	4	0	1	0	0	1				
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo						
1. DATOS GENERALES																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
CASCADA DEL RIO BRITAÑO																					
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo											
ATRATIVOS_NATURALES					RÍOS					CASCADA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																					
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia											
NAPO					QUIJOS					SUMACO											
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal									
SUMACO																					
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					2.10 Altura (msnm)											
77°55'38'					00°25'52'					2063msnm											
2.11 Información del administrador																					
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:													
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:													
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:													
Observaciones:																					
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																					
3.1 Características climatológicas																					
a. Clima: templado					b. Temperatura(°C): 15 a 22°C					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1000 a 2000											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																					
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																					
a. Prístino					b. Primitivo					c. Rústico Natural					d. Rural		e. Urbano				
3.4 Ingreso al atractivo (U)																					
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		7:30	16:30										texto								
Restringido		0:00	0:00										texto								
Pagado		0:00	0:00										texto								
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito									
e. Precio:		Desde 0,00	Hasta 0,00			Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque											
g. Meses recomendables de visita:																					
Observaciones:																					
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																					
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):																					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 7 km																					
c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0:00 h/min					d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 77°55'38'0 Long.: 00°25'52'																
Observaciones: SI CUENTA CON ACCEBILIDAD HACIA EL ATRACTIVO																					
4.2 Vías de Acceso (M)																					
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado									
a. Terrestre (M)		a. Primer orden		0		0		0		texto											

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0				
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0				
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0				
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0				
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0				
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0				
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0				
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0				
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0				
Observaciones:				Observaciones:							
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas				
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	0	0	0				
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0				
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0				
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0				
Observaciones:				Observaciones:							
Agencias de Viaje	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	Establecimientos registrados						
Mayoristas	0			Mayoristas	0						
Internacionales	0			Internacionales	0						
Operadoras	0			Operadoras	0						
Observaciones:				Observaciones:							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
	0	0	0	Aventura	0		0	0	0	Aventura	0
Observaciones:				Observaciones:							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo											
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
						B	R	M			
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto							
	I-Tur	0	0	texto							
	Centro de interpretación	0	0	texto							
	Centro de facilitación turística	0	0	texto							
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto							
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	0	0	texto							
	Miradores	0	0	texto							
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto							
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto							
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto							
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto							
	Áreas de acampar	0	0	texto							
	Refugio de alta montaña	0	0	texto							
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto							
	Estacionamientos	0	0	texto							
e. Otros		0	0	texto							

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio	Cajero automático	Cajero automático	Otro
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones: EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA EN BUEN ESTADO			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro		Especifique:	
Observaciones:			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro		Especifique:	
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua:		Agua	Potable
Especifique:		Especifique:	
Energía eléctrica:		Energía eléctrica	Red eléctrica de servicio público
Especifique:		Especifique:	
Saneamiento:		Saneamiento:	Red pública

Especifique: <input type="checkbox"/>	Especifique:
Disposición de desechos	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:
Observaciones: <input type="checkbox"/>	

7.2 Señalética en el atractivo

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	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	1	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Normativos de concienciación		0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto			
Otros		texto						

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Hospital o Clínica	0	Hospital o Clínica	0
Puesto / Centro de salud	0	Puesto / Centro de salud	1
Dispensario médico	0	Dispensario médico	0
Botiquín de primeros auxilios	0	Botiquín de primeros auxilios	0
Otros	0	Otros	0

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	Calle	texto
b. Policía nacional		texto

c. Policía metropolitana / Municipal		De	texto
d. Otra			texto
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Telefonía (M)		Telefonía (M)	
Conexión a internet (M)		Conexión a internet (M)	
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"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U)			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M)			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: <input type="text"/>	Nombre documento: <input type="text"/>	Año de elaboración: <input type="text"/>
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	NO
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI	NO
Año de elaboración:		2015	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI	NO
Especifique:			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	NO
Especifique:			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	NO
Especifique:			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			
9.1.1 En el Agua (M)			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M)			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			

9.2.1 Tangibles e intangibles												
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			d. Visita a talleres artesanales			i. Participación en talleres artesanales						
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales			f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.			i. Actividades vivenciales y/o lúdicas						
g. Presentaciones o representaciones en vivo			h. Muestras audiovisuales			g. Fotografía			<input type="checkbox"/>			
j. Degustación de platos tradicionales			l. Participación de la celebración			m. Compra de artesanías			<input type="checkbox"/>			
n. Convivencia			o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>			Otro <input type="checkbox"/>			texto <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <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="checkbox"/>												
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>												
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales					Periodicidad de la promoción					
a. Página WEB		URL:										
b. Red Social		Nombre:										
c. Revistas Especializadas		Nombre:										
d. Material POP		Nombre: <input type="checkbox"/>										
e. Oficina de Información Turística		Nombre: <input type="checkbox"/>										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Nombre: <input type="checkbox"/>										
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre: <input type="checkbox"/>										
h. Otro		Nombre: <input type="checkbox"/>										
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto												
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>												
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos												
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 0												
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: <input type="checkbox"/>												
c. Temporalidad de visita al atractivo <input type="checkbox"/>												
Alta (meses)		Especifique <input type="checkbox"/>			Número de visitantes <input type="checkbox"/>			0				
Baja (meses)		texto <input type="checkbox"/>			Número de visitantes <input type="checkbox"/>			0				
d. Llegada de turistas												
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual <input type="checkbox"/>	Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual			
Ciudades de origen		texto	0	0	Países de origen		texto	0	0			
		texto	0	0			texto	0	0			
		texto	0	0			texto	0	0			
Observaciones: <input type="checkbox"/>												
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave												
Nombre del Informante Clave:					Contactos:							
Demanda según días de visita					Demanda según frecuencia de visita							
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente
Observaciones: <input type="checkbox"/>												

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SI					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0		d. Número de personas especializadas en turismo		0					
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones:											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
<p>LA CASCADA DEL RIO BRETaña SE ENCUENTRA EN LA PARROQUIA DE SUMACO A 7 KM DEL POBLADO. SE ENCUENTRA CERCA AL PARQUE NACIONAL SUMACO. PRESENTA AGUAS MUY LIMPIAS. ACTIVIDADES QUE SE PUEDE REALIZAR ES LA FOTOGRAFIA., ENTRE OTRAS.</p>											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: Boris Salazar estudiante la ESPOCH/Margarita Tipantiza vocaL del GADP de Sumaco/ Juan Carlos Claudio coordinador de turismo del GADM de Quijos (2021)											
c. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: GOOGLE MAPS (2021)											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		SALAZAR BORIS		Apellido y Nombre		Margarita Tipantiza vocaL del GADP de Sumaco		Apellido y Nombre		In Danny Daniel Castillo Vizuete	
Institución		ESPOCH		Institución		GADP DE SUMCO		Institución		GADP DE SUMACO	
Cargo		TESISTA		Cargo		COORDINADORA DE TURISMO		Cargo		DOCENTE	
Correo Electrónico		aleboris1990@gmail.com		Correo Electrónico				Correo Electrónico			
Teléfono:		0989222615		Teléfono:		0994788648		Teléfono:			
Firma				Firma				Firma			

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	5	0	7	5	6	A	N	0	4	0	3	0	2	0	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
RIO QUIJOS																		
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo										
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				RÁPIDO										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																		
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia										
NAPO				QUIJOS				SUMACO										
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal									
SECTOR SUMACO				AVENIDA PRINCIPAL														
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales) Click				2.10 Altura (msnm)										
77°82'07"				04°00'36"				1418 msnm										
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:										
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:										
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:										
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																		
3.1 Características climatológicas																		
a. Clima: Templado				b. Temperatura(°C): 12 a 19 °C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1418 msnm										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																		
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input checked="" type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																		
a. Prístino <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)																		
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención													
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar										
Libre <input type="checkbox"/>		8:30	16:30														texto	
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00															texto
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00															texto
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input checked="" type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>							
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>											
g. Meses recomendables de visita:			Meses de abril, julio noviembre, diciembre <input type="checkbox"/>															
Observaciones:																		
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):											BORJA							
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		1 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:05 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	77°82'07"	Long.:	04°00'36"							
Observaciones:																		
4.2 Vías de Acceso (M)																		
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado						
a. Terrestre (M)		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		0		0		0		texto								

Hotel	0	0	0	Hotel	5	0	0				
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0				
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0				
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0				
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0				
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0				
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0				
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0				
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0				
Observaciones:				Observaciones:							
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	5	0	0				
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0				
Bares	0	0	0	Bares	2	0	0				
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0				
Observaciones:				Observaciones:							
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados					
Mayoristas	0		0	Mayoristas	0		0				
Internacionales	0		0	Internacionales	0		0				
Operadoras	0		0	Operadoras	2		2				
Observaciones:				Observaciones:							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
0	0	0	0	Aventura	0	3	0	0	0	Aventura	3
Observaciones:				Observaciones:							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo											
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
								B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información		0	0	texto						
	I-Tur		0	0	texto						
	Centro de interpretación		0	0	texto						
	Centro de facilitación turística		0	0	texto						
	Centro de recepción de visitantes		0	0	texto						
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía		0	0	texto						
	Miradores		0	0	texto						
	Torres de avistamiento de aves		0	0	texto						
	Torres de vigilancia para salvavidas		0	0	texto						
c. De recorrido y descanso	Senderos		0	0	texto						
	Estaciones de sombra y descanso		0	0	texto						
	Áreas de acampar		0	0	texto						
	Refugio de alta montaña		0	0	texto						
d. De servicio	Baterías sanitarias		0	0	texto						
	Estacionamientos		0	0	texto						
e. Otros			0	0	texto						

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio	Cajero automático	Otro	
Especifique:		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones: Tomar acciones en la minería área evitar la alteración del río			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro: Especifique:			
Observaciones: tomar acciones con las empresas que se encuentran en la actividad de la minería en el río quijos			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro: Especifique:			
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua:		Agua	Potable
Especifique:		Especifique:	
Energía eléctrica:		Energía eléctrica	Red eléctrica de servicio público
Especifique:		Especifique:	
Saneamiento:		Saneamiento:	Red pública

Especifique: <input type="checkbox"/>	Especifique:
Disposición de desechos	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:

Observaciones:

7.2 Señalética en el atractivo

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	Pictograma de atractivos naturales	0	0	1	pancartas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	pancartas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto			
Otros					texto			

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica		0
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		1
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios		0
Otros		0	Otros		0

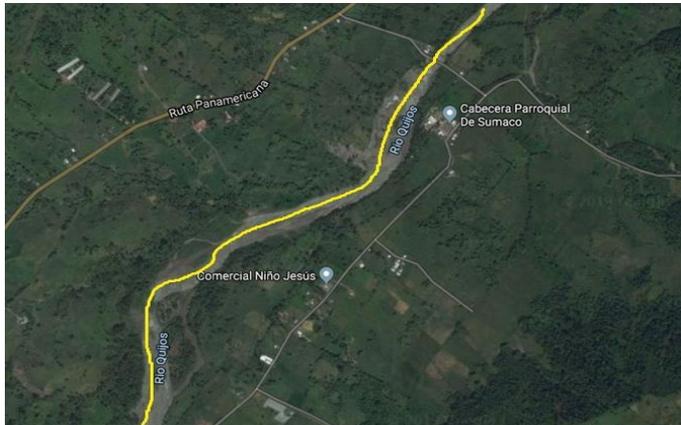
Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	Calle	texto
b. Policía nacional		texto

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		De <input type="checkbox"/>	texto	
d. Otra <input type="checkbox"/>			texto	
Observaciones: <input type="checkbox"/>				
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)				
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)		Telefonía (M)
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>				
Radio portátil (U)				
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: <input type="checkbox"/>				
7.6 Multiamenazas (M)				
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>
Sequía <input type="checkbox"/>	Inundaciones <input type="checkbox"/>	Aguajes <input type="checkbox"/>	Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>	Institución que elaboró el documento: <input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>	Nombre del documento: <input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>
Año de elaboración: <input type="checkbox"/>		de <input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="checkbox"/>				
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES				
			SI	NO
			SI	NO
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Año de elaboración:			2015	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique:			<input type="checkbox"/>	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique:			<input type="checkbox"/>	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Especifique:			<input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="checkbox"/>				
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)				
			SI	NO
			SI	NO
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)				
9.1.1 En el Agua (M)				
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>
f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
texto <input type="checkbox"/>				
Observaciones: <input type="checkbox"/>				
9.1.2 En el Aire (M)				
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>				
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)				
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"/>	texto <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>				
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)				

)9.2.1 Tangibles e intangibles			
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		d. Visita a talleres artesanales	
i. Participación en talleres artesanales			
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales		f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	
i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Presentaciones o representaciones en vivo		h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>
g. Fotografía	<input type="checkbox"/>		
j. Degustación de platos tradicionales		l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>
m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:			
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	URL: http://gadprsumaco.gob.ec/napo/		Trimestral
b. Red Social	Nombre: facebook		Trimestral
c. Revistas Especializadas	Nombre:		
d. Material POP	Nombre:		
e. Oficina de Información Turística	Nombre: casa del rodrigue		Mensual
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre:		
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre:		
h. Otro	Nombre:		
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> Especifique: texto
Observaciones: seria importante crear una operadora turística para poder ofertar el atractivo:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> S/I
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos			
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 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
c. Temporalidad de visita al atractivo <input type="checkbox"/>			
Alta (meses)	Especifique	texto	Número de visitantes 15
Baja (meses)		texto	0
d. Llegada de turistas			
Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	Turista extranjero
			Llegadas mensuales
			Total Anual
Ciudades de origen	Quito	8	96
	Tena	5	60
	texto	0	0
Países de origen	UUSS	12	144
	Alemania	10	120
	Fancia	6	72
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave			
Nombre del Informante Clave:	rodrigo morales		Contactos: <input type="checkbox"/>
Demanda según días de visita		Demanda según frecuencia de visita	
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0
Días feriados	15	Permanente	<input type="checkbox"/>
		Estacional	<input checked="" type="checkbox"/>
		Esporádica	<input type="checkbox"/>
		Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SI					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		1		d. Número de personas especializadas en turismo		1					
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	3	Hospitalidad	0	Inglés	1	Alemán	0
Tercer Nivel	3	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones:											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
El río quijos es uno de los atractivos más apetecidos por los turistas tanto nacionales y extranjeros el caudal permite realizar deportes extremos como Rafting y kayak deportes.											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuent e: Boris Salazar estudiante la ESPOCH/Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco/ Juan Carlos Claudio coordinador de turismo del GADM de Quijos (2021)											
c. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuent e: Google maps (2021)											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		Boris Salazar		Apellido y Nombre		Margarita Tipantiza vocaL del GADP de Sumaco		Apellido y Nombre		Ing Danny Daniel astillo Vizquete	
Institución		GADP DE SUMACO		Institución		GADP DE SUMACO		Institución		ESPOCH	
Cargo		TESISTA		Cargo		COORDINADOR DE TURISMO		Cargo		Docente de la Escual de Ingeniería en Ecoturismo	
Correo Electrónico		aleboris1990@gmail.com		Correo Electrónico				Correo Electrónico			
Teléfono: 0988222615				Teléfono: 0994788648				Teléfono: 0			
Firma				Firma				Firma			
Fecha				Fecha				Fecha			

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	5	0	7	5	6	A	N	0	4	0	4	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASCADA PAKAYAKU																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo				1.4 Subtipo										
ATRATIVOS_NATURALES			RÍOS				CASCADA										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón				2.3 Parroquia										
N A P O			QUIJOS				SUMACO										
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal								
PARROQUIA DE SUMACO																	
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)										
77 57 38			02552 Semana Mensual Eventual				2063 msnm										
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:									
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas																	
a. Clima: TEMPLADO			b. Temperatura(°C): 12 a 20 °C				c. Precipitación Pluviométrica (mm):										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																	
a. Cultura <input type="checkbox"/>			b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																	
a. Prístino <input type="checkbox"/>			b. Primitivo <input type="checkbox"/>			c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>			d. Rural <input type="checkbox"/>			e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U)																	
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"/>		8:30	16:30					<input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>								
Restringido <input type="checkbox"/>		0:00	0:00					<input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>								
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00					<input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>								
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito						
e. Precio: Desde 0,00 Hasta 0,00					Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		Transferencia Bancaria		Cheque								
g. Meses recomendables de visita:			Durante todo el año se encuentra habierto pero lo mas recomendables es en las fiestas de la parroquia sumaco en el mes de diciembre.														
Observacione Mejoramiento de señaletica																	
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):											Parroquia de sumaco						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		3 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:20:0 h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: 775738		Long.: 002552					
Observaciones:																	
4.2 Vías de Acceso (M)																	
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado							
a. Terrestre (M)		a. Primer orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		texto							

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	5	0	0
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	5	0	0
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones:				
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		
Mayoristas		0			Mayoristas		0		
Internacionales		0			Internacionales		0		
Operadoras		0			Operadoras		0		
Observaciones:					Observaciones:				
G	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
u	0	0	0	0	i	0	0	0	0
a				Aventura	a				Aventura
				0					0
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
						B	R	M	
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Centro de facilitación turística	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia	Caritas de guardianía	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Refugio de alta montaña	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estacionamientos	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros		0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Observaciones: <input type="checkbox"/>			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M) <input type="checkbox"/>			
6.1.1.1 Naturales (M) <input type="checkbox"/>		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) <input type="checkbox"/>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M) <input type="checkbox"/>			
6.2.1.1 Naturales (M) <input type="checkbox"/>		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) <input type="checkbox"/>	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante: <input type="text"/>	b. Denominación: <input type="text"/>	b. Fecha de declaración: <input type="text"/>	c. Alcance: <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua: <input type="checkbox"/>		Agua <input checked="" type="checkbox"/>	Potable
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>		Energía eléctrica <input type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Saneamiento: <input type="checkbox"/>		Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Red pública

Especifique: <input type="checkbox"/>	Especifique:
Disposición de desechos	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:

Observaciones:

7.2 Señalética en el atractivo

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	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>		
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto			
Otros	<input type="checkbox"/>				texto		<input type="checkbox"/>	

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano			
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	Cantidad	0	
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		1	
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0	
Botiquín de primeros auxilios		<input type="checkbox"/>	0		Botiquín de primeros auxilios	0
Otros		<input type="checkbox"/>	0		Otros	0

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	Cantidad	texto
b. Policía nacional		texto

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

9.2.1 Tangibles e intangibles													
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		d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales									
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales		f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.		i. Actividades vivenciales y/o lúdicas									
g. Presentaciones o representaciones en vivo		h. Muestras audiovisuales		g. Fotografía	<input type="checkbox"/>								
j. Degustación de platos tradicionales		l. Participación de la celebración		m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>								
n. Convivencia		o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	texto	<input type="checkbox"/>						
Observaciones:													
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO					SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I				
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)													
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?													
SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especifique:													
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?													
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>													
Medio Promocional		Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción							
a. Página WEB		URL: http://gadprsumaco.gob.ec/napo/				Trimestral <input type="checkbox"/>							
b. Red Social		Nombre: facebook <input type="checkbox"/>				Trimestral <input type="checkbox"/>							
c. Revistas Especializadas		Nombre: <input type="checkbox"/>											
d. Material POP		Nombre: <input type="checkbox"/>											
e. Oficina de Información Turística		Nombre: <input type="checkbox"/>											
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)		Nombre:											
g. Asistencia a ferias turísticas		Nombre: <input type="checkbox"/>											
h. Otro		Nombre: <input type="checkbox"/>											
Observaciones:													
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)													
Observaciones: <input type="checkbox"/>													
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)					SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I				
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos													
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 0													
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?													
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: Mensual <input type="checkbox"/>													
c. Temporalidad de visita al atractivo													
<input type="checkbox"/>													
Alta (meses)	Especifique	texto				Número de visitantes	0						
Baja (meses)		por falta de promoción					8						
d. Llegada de turistas													
<input checked="" type="checkbox"/>													
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual			
Ciudades de origen	Quito	5	60	Países de origen	UUSS	5	60						
	Tena	7	84		Alemania	3	36						
	Chaco	10	120		texto	0	0						
Observaciones: promocionar el atractivo mas amenudo por medio de las redes sociales													
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave													
Nombre del Informante Clave:					Contactos: <input type="checkbox"/>								
Demanda según días de visita					Demanda según frecuencia de visita								
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente	<input type="checkbox"/>
Observaciones:													

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	S/I	<input type="checkbox"/>				
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		0		d. Número de personas especializadas en turismo		0					
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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0	Inglés	3	Alemán	0
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		
Observaciones:											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
Se encuentra ubicado a unos 3km desde la parroquia Sumaco, presenta un sendero en buen estado, su cascada tiene una longitud de 8 metros de altura.											
Actividades que se puede realizar: fotografía, observación de flora y fauna.											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: Boris Salazar estudiante la ESPQCH/Margarita Tipantiza vocal del GADP de Sumaco/ Juan Carlos Claudio coordinador de turismo del GADde Quijos (2021)											
c. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: Google maps (2021)											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:			
Apellido y Nombre		BORIS SALAZAR		Apellido y Nombre		Margarita Tipantiza vocal del GADP de Sumaco		Apellido y Nombre		Ing. Danny Daniel Castillo Vizuite	
Institución		GADP DE SUMACO		Institución		GADP DE Sumaco		Institución		ESPOCH	
Cargo		TESISTA		Cargo		Coordinar de turismo		Cargo		Docente la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo	
Correo Electrónico		aleboris1990@gmail.com		Correo Electrónico				Correo Electrónico			
Teléfono				Teléfono				Teléfono			
Firma				Firma				Firma			
Fecha				Fecha				Fecha			

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	1	5	0	7	5	6	M	C	0	2	0	2	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
GRUTA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR					FIESTAS RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES							
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
N A P O					QUIJOS					SUMACO							
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número					2.7 Transversal		
FINCA LA PRADERA																	
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)					
2.11 Información del administrador																	
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:									
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:									
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:									
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																	
3.1 Características climatológicas																	
a. Clima: TEMPLADO					b. Temperatura(°C): 10 A 20°C					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 1000 a 6000							
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																	
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura							
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																	
a. Prístino				b. Primitivo				c. Rústico Natural				d. Rural				e. Urbano	
3.4 Ingreso al atractivo (U)																	
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		8:30	16:30						texto								
Restringido		0:00	0:00						texto								
Pagado		0:00	0:00						texto								
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Bancario		Depósito		Tarjeta de Débito Electrónico					
e. Precio:		Desde 0,00 Hasta 0,00				Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/> Transferencia Bancaria		Cheque							
g. Meses recomendables de visita:																	
Observaciones: LA GRUTA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE SE ENCUENTRA ABIERTO TODOS LOS DIAS																	
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																	
												SI		NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												BÓRJA					
b. Distancia desde la ciudad o (grados poblado más cercano):				1 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:			de 0:05 h/min		d. Coordenadas (decimales):		Lat.: 0		Long.: 0		
Observaciones: LA GRUTA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE SE ENCUENTRA EN LA FINCA LA PRADERA A UN KILOMETRO DEL PUEBLO DE SUMACO																	
4.2 Vías de Acceso (M)																	
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado					
a. Terrestre (M)		a. Primer orden		0		0		0		texto							
		<input type="checkbox"/>															

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			
Alimentos y bebidas				Alimentos y bebidas			
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	0	0	0
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			
Agencias de Viaje				Agencias de Viaje			
Mayoristas	0			Mayoristas	0		
Internacionales	0			Internacionales	0		
Operadoras	0			Operadoras	0		
Observaciones:				Observaciones:			
Guía				Guía			
Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
1	0	0	0	1	0	0	0
Observaciones:				Observaciones:			
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo							
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)	
						B	R
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto			
	I-Tur	0	0	texto			
	Centro de interpretación	0	0	texto			
	Centro de facilitación turística	0	0	texto			
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto			
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	0	0	texto			
	Miradores	0	0	texto			
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto			
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto			
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto			
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto			
	Áreas de acampar	0	0	texto			
	Refugio de alta montaña	0	0	texto			
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto			
	Estacionamientos	0	0	MARINO VINUEZA			
e. Otros		0	0	texto			

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising
Casa de cambio	Cajero automático	Cajero automático	Otro
Especifique:		Especifique: BANCO DEL BARRIO GUAYAQUIL MI VECINO	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO		SI	NO
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones: A PESAR DE SER PEQUENA LA GRUTA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE LO TIENE BIEN CONSERVADA			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro: Especifique:			
Observaciones:			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro: Especifique:			
Observaciones: EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA CERCA DE UN RIACHUELO POR LO QUE CORRE UN POCO DE PELIGRO POR ALGUNA CRECIENTE QUE PUEDA TENER EL RIACHUELO			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA		SI	NO
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua:		Agua	Potable
Especifique:		Especifique:	
Energía eléctrica:		Energía eléctrica	Red eléctrica de servicio público
Especifique:		Especifique:	
Saneamiento:		Saneamiento:	Red pública

Especifique: <input type="checkbox"/>	Especifique:
Disposición de desechos	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:
Observaciones: EL POBLADO MAS CERCAÑO ES LA PARROQUIA DE BORJA QUE CUENTA CON TODOS LOS SRVICIOS BASICOS	

7.2 Señalética en el atractivo

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	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótems direccionales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Panel informativo de atractivos	1	1	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Tótem de sitio	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>		
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto		<input type="checkbox"/>	
Otros <input type="checkbox"/>				texto		<input type="checkbox"/>		

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Hospital o Clínica	0	Hospital o Clínica	1
Puesto / Centro de salud	0	Puesto / Centro de salud	0
Dispensario médico	0	Dispensario médico	0
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/> 0	Botiquín de primeros auxilios	0
Otros	<input type="checkbox"/> 0	Otros	0

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	POR PARTE DEL PROPIETARIO DE LA HACIENDA LA PRADERA
b. Policía nacional	

c. Policía metropolitana / Municipal		texto	
d. Otra		texto	
Observaciones: LA SEGURIDAD QUE BRINDA EL DUEÑO DE LA HACIENDA ES 2 VECES A LA SEMANA			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Telefonía (M)		Telefonía (M)	
Conexión a internet (M)		Conexión a internet (M)	
Fija	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input type="checkbox"/>	Fija	Línea telefónica <input type="checkbox"/> Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	Móvil	Satélite <input type="checkbox"/> Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones: EL ATRACTIVO SI CUENTA CON COBERTURA PARA TELEFONO MOVIL			
Radio portátil (U)			
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: <input type="checkbox"/>	
7.6 Multiamenazas (M)			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	
Tsunami <input type="checkbox"/>		Observaciones: <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto	
Nombre del documento: texto		Año de elaboración: de 0	
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Año de elaboración: 2015		Especifique: <input type="checkbox"/>	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
Especifique: EL ATRACTIVO NO SE ENCUENTRA, POR FALTA DE GESTION			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
Especifique: <input type="checkbox"/>			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
Especifique: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			
9.1.1 En el Agua (M)			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
9.1.2 En el Aire (M)			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			
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"/>	FIESTA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE	
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			

2.1 Tangibles e intangibles			
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	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía <input type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	texto <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: FALTA DE CONOCIMIENTO <input type="checkbox"/>			
¿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	URL:		
b. Red Social	Nombre:		
c. Revistas Especializadas	Nombre:		
d. Material POP	Nombre: <input type="checkbox"/>		
e. Oficina de Información Turística	Nombre: <input type="checkbox"/>		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre: <input type="checkbox"/>		
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre: <input type="checkbox"/>		
h. Otro	Nombre: <input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> Especifique: FALTA DE CONOCIMIENTO <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos			
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: 0
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:	
c. Temporalidad de visita al atractivo <input type="checkbox"/>			
Alta (meses)	Especifique	texto <input type="checkbox"/>	Número de visitantes
Baja (meses)		POR FALTA DE PROMCIÓN TURISTICA <input type="checkbox"/>	
d. Llegada de turistas			
Turista nacional	Llegadas mensuales		Total <input type="checkbox"/>
	QUITO	7	84 <input type="checkbox"/>
	CHACO	4	48
	BAEZA	5 <input type="checkbox"/>	60
Ciudades de origen	Turista extranjero		Llegadas mensuales
	Países de origen		Total Anual
	texto	0	0
texto	0	0	
texto	0	0	
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave			
Nombre del Informante Clave:		Contactos:	
Demanda según días de visita		Demanda según frecuencia de visita	
Lunes a viernes: 0	Fines de semana: 0	Días feriados: 0	Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="checkbox"/>			

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SI					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		2	d. Número de personas especializadas en turismo		0						
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	0	Secundaria	2	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	2	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización de discapacidades		de	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto

Observaciones:

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

LA GRUTA DE LA VIRGEN DE GUADALUPE UBICADA EN LA PARROQUIA SUMACO EXACTAMENTE EN LA FINCA LA PRADERA A 1KM IMEDIO DEL PUEBLO.

SE ENCUENTRA ABIERTO AL PUBLICO LOS 365 DIAS DEL AÑO A PESAR QUE SE ENCUENTRA EN UNA FINCA PRIVADA LAS PUERTAS DEL ATRACTIVO SE ENCUENTRAN ABIERTAS PARA LA VISITA.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Boris Salazar estudiante la ESPOCH/Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco/ Juan Carlos Claudio coordinador de turismo del GADM de Quijos (2021)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: GOOGLE MAPS (2021)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	BORIS SALAZAR	Apellido y Nombre	Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco	Apellido y Nombre	Ing. Danny Daniel Castillo Vizueté
Institución	ESPOCH	Institución	GADP DE SUMACO	Institución	GADP DE USMACO
Cargo	TESISTA	Cargo	Coordinador de turismo	Cargo	Docente
Correo Electrónico	aleboris1990@gmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono: 0989222615		Teléfono: 0994788648		Teléfono: 0994788648	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	1	5	0	7	5	6	M	C	0	2	0	2	0	2	0	0	1	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
1. DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
IGLESIA DE SUMACO																		
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo										
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ACERVO_CULTURAL_Y_POPULAR				FIESTAS RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																		
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia										
N A P O				QUIJOS				SUMACO										
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número			2.7 Transversal							
BARRIO CENTRAL				ABDÓN ESCOBAR							SALVADOR TENA							
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				Click		2.10 Altura (msnm)								
2.11 Información del administrador																		
a. Tipo de Administrador:								b. Nombre de la Institución:										
c. Nombre del Administrador:								d. Cargo que ocupa:										
e. Teléfono / Celular:								f. Correo Electrónico:										
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																		
3.1 Características climatológicas																		
a. Clima: CALIDO HUMEDO				b. Temperatura(°C): 10 y 19°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 2500 y 4100										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																		
a. Cultura				b. Naturaleza				c. Aventura										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																		
a. Prístino				b. Primitivo				c. Rústico Natural			d. Rural			e. Urbano				
3.4 Ingreso al atractivo (U)																		
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		7:30	8:30									texto						
Restringido		0:00	0:00									texto						
Pagado		0:00	0:00									texto						
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Bancario		Depósito		Tarjeta de Débito Electrónico							
e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00					Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque									
g. Meses recomendables de visita:			12 DE DICIEMBRE POR LAS FIESTAS DE LA VIRGEN DE GUADALUPE															
Observaciones:																		
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																		
											SI		NO		S/I			
											BORJA							
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):											Lat.:		0		Long.:		0	
Observaciones:																		
4.2 Vías de Acceso (M)																		
		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado						
a. Terrestre (M)		a. Primer orden		0		0		0		texto								

Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0			
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0			
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0			
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0			
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0			
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0			
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0			
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0			
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0			
Observaciones:				Observaciones:						
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	0	0	0			
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0			
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0			
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	2	1	1			
Observaciones:				Observaciones:						
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados				
Mayoristas	0	0		Mayoristas	0	0				
Internacionales	0	0		Internacionales	0	0				
Operadoras	0	0		Operadoras	0	0				
Observaciones:				Observaciones:						
G	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
0	0	0	0	Aventura	0	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:				Observaciones:						
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)				
						B	R	M		
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto						
	I-Tur	0	0	texto						
	Centro de interpretación	0	0	texto						
	Centro de facilitación turística	0	0	texto						
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto						
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana	0	0	texto						
	Miradores	0	0	texto						
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto						
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto						
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto						
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto						
	Áreas de acampar	0	0	texto						
	Refugio de alta montaña	0	0	texto						
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto						
	Estacionamientos	0	0	texto						
e. Otros		0	0	texto						

Observaciones:			
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)			
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano	
Alquiler y de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising y artesanías Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising y artesanías Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: texto		Especifique:	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO			
		SI	NO
		S/I	<input type="checkbox"/>
6.1 Atractivo (U)			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (U)			
a. Conservado <input type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huaquearía <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA			
		SI	NO
		S/I	<input type="checkbox"/>
7.1 Servicios Básicos			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Agua: <input type="checkbox"/>	Potable <input type="checkbox"/>	Agua: <input type="checkbox"/>	Potable <input type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique:	
Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público <input type="checkbox"/>
Especifique:		Especifique:	
Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Red pública <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input type="checkbox"/>	Red pública <input type="checkbox"/>

Especifique: <input type="checkbox"/>	Especifique:
Disposición de desechos Carro Recolector	Disposición de desechos <input type="checkbox"/> Carro Recolector
Especifique:	Especifique:
Observaciones: <input type="checkbox"/>	

7.2 Señalética en el atractivo

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	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto			
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto			
	Tótems de sitio	0	0	0	texto			
	Tótems direccionales	0	0	0	texto			
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto			
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto			
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto			
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto			
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto			
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto			
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto			
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto			
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto			
	Tótem de sitio	0	0	0	texto			
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto				
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto			
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto			
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto			
Otros	<input type="checkbox"/>			texto			<input type="checkbox"/>	

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Hospital o Clínica	0	Hospital o Clínica	0
Puesto / Centro de salud	0	Puesto / Centro de salud	1
Dispensario médico	0	Dispensario médico	0
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/> 0	Botiquín de primeros auxilios	0
Otros	<input type="checkbox"/> 0	Otros	0

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	Cantidad	texto
b. Policía nacional		RECORRIDO POR PARTE DE LA POLICIA NACIONAL

c. Policía metropolitana / Municipal		texto	
d. Otra		texto	
Observaciones:			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)			
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano	
Telefonía (M)		Telefonía (M)	
Conexión a internet (M)		Conexión a internet (M)	
Fija	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>
	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil	Satélite <input type="checkbox"/>	Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>
	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satelital	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>	Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Radio portátil (U)			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
7.6 Multiamenazas (M)			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>	
Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input type="checkbox"/>	
		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto	
		Nombre del documento: texto	
		Año de elaboración: 2015	
Observaciones:			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Año de elaboración: 2015	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
NO SE ENCUENTRA POR FALTA LEVANTAMIENTO DE INFORMACION			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
NO EXISTEN NORMATIVAS POR FALTA DE GESTION			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique:	
NO EXISTEN NORMATIVAS POR FALTA DE GESTION			
Observaciones:			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)			
9.1.1 En el Agua (M)			
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>
e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>	g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>
i. Tubing <input type="checkbox"/>	j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>
q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.2 En el Aire (M)			
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>	d. Otro <input type="checkbox"/>
Observaciones:			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>
e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabalgata <input type="checkbox"/>
i. Caminata <input type="checkbox"/>	j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Observaciones:	
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)			

9.2.1 Tangibles e intangibles												
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>						
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>						
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto					
Observaciones:												
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I				
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)												
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?												
SI		<input type="checkbox"/>	NO		<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique: NO SE ENCUENTRA REGISTRADO EN PDOT DE LA PARRUJIA Y DEL CANTÓN						
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?												
SI		<input type="checkbox"/>	NO		<input type="checkbox"/>							
Medio Promocional	<input type="checkbox"/>	Dirección y nombre de los medios promocionales				Periodicidad de la promoción						
a. Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:										
b. Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:										
c. Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:										
d. Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:										
e. Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:										
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Nombre:										
g. Asistencia a ferias turísticas	<input type="checkbox"/>	Nombre:										
h. Otro	<input type="checkbox"/>	Nombre:										
Observaciones:												
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Especifique: POR FALTA DE INTERES DE LA PARROQUIA				
Observaciones:												
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I				
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos												
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	0	
b. ¿Se genera reporte de esta estadísticas de visita al atractivo?		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Frecuencia de los reportes:						
c. Temporalidad de visita al atractivo												
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto				Número de visitantes	0				
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>		texto					0				
d. Llegada de turistas												
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual		
Ciudades de origen	texto	0	0	Países de origen	texto	0	0					
	texto	0	0		texto	0	0					
	texto	0	0		texto	0	0					
Observaciones:												
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave												
Nombre del Informante Clave:						Contactos:						
Demanda según días de visita						Demanda según frecuencia de visita						
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	<input type="checkbox"/>	Estacional	<input type="checkbox"/>	Esporádica	<input type="checkbox"/>	Inexistente
Observaciones:												

12. RECURSO HUMANO				SI	NO	SI					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo		2		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	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	3	Hospitalidad	0	Inglés	3	Alemán	0
Tercer Nivel	10	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto	Sensibilización discapacidades	de 0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto		

Observaciones:

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

LA IGLESIA DE SUMACO SE ENCUENTRA UBICADA EN EL BARRIO CENTRAL DE LA PARROQUIA SUMACO. CUENTA CON DOS SANTOS RELIGIOSOS DE LOS CUALES UNO DE ELLOS ES EL DIVINO NIÑO JESUS Y LA VIRGENSITA DE GUADALUPE.

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente: Boris Salazar estudiante la ESPOCH/Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco/ Juan Carlos Claudio coordinador de turismo del GADP DE SUMACO (2021)

c. Ubicación gráfica del Atractivo

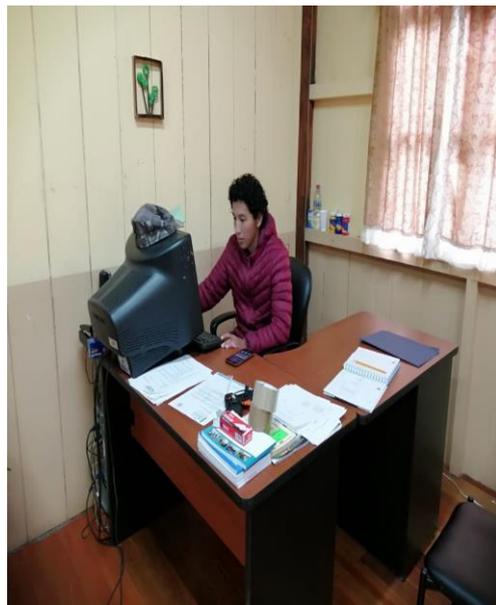


Fuente: Google maps (2021)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	BORIS SALAZAR	Apellido y Nombre	Margarita Tipantiza voca del GADP de Sumaco	Apellido y Nombre	Ing. Danny Daniel Castillo Vizuete
Institución	GADP DE SUMACO	Institución	GADP DE SUMACO	Institución	ESPOCH
Cargo	TESISTA	Cargo	Coordinador de turismo	Cargo	Docente de la Escual de Ingenieria en Ecoturismo
Correo Electrónico	aleboris1990@gmail.com	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono: 0988222615		Teléfono: 0994788648		Teléfono: 0990550072	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

ANEXO C: Fotografías visita a los atractivos y recopilación de datos





epoch

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 / 03 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Boris Alexander Salazar Vega
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciado en Turismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



Ing. Cristhian Fernando Castillo

0449-DBRA-UTP-2023