



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LAS
COMUNIDADES LA CHORRERA MIRADOR Y PULINGUÍ SAN
PABLO DE LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA: VIVIANA GUADALUPE MOPOSITA ACHACHI

DIRECTOR: Ing. CARLOS RENATO CHÁVEZ VELÁSQUEZ

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Viviana Guadalupe Moposita Achachi

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

Yo, Viviana Guadalupe Moposita Achachi, 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 autora 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, 02 de diciembre de 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Viana Guadalupe Moposita Achachi', enclosed within a blue oval shape.

Viana Guadalupe Moposita Achachi
180444355-2

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 LAS COMUNIDADES LA CHORRERA MIRADOR Y PULINGUÍ SAN PABLO DE LA PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **VIVIANA GUADALUPE MOPOSITA ACHACHI**, 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



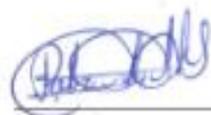
2022-12-02

Ing. Carlos Renato Chávez Velásquez, MSc.
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**



2022-12-02

Leda. Silvia Patricia Montufar Guevara, Mgs.
**MIEMBRO DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**



2022-12-02

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación está dedicado en primer lugar a Dios por darme la oportunidad de estar viva y poder cumplir una meta más junto a las personas que amo, a mis padres **Carlos Moposita y Carmen Achachi**, por su arduo trabajo y por todo este largo camino que hemos transitado juntos, por todo ese amor y paciencia que me dieron durante toda mi carrera estudiantil, por ser parte de este sueño, por ser la inspiración en que cada paso que daba, estoy segura que sin su apoyo no hubiera podido culminar esta meta, también está dedicado a mi esposo y mis hijos que se sumaron a mi vida durante este camino y fueron el motor para seguir adelante.

Viviana

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por su infinito amor y darme la oportunidad de disfrutar este momento de mi vida, agradezco a la ESPOCH, por darme la oportunidad a mí y a muchos jóvenes de poder cumplir nuestros sueños agradezco también a todas aquellas personas que me apoyaron en el desarrollo de este proyecto, a mi tutor que con su paciencia supo guiarme en todo este trayecto.

Viviana

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
SUMMARY.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	5
1.1. Antecedentes	5
1.2. Problema	5
1.3. Justificación	5
1.4. Delimitación.....	6
1.4.1. <i>Ubicación geográfica</i>	6
1.4.2. <i>Limites</i>	7
1.5. Objetivos	7
1.5.1. <i>General</i>	7
1.5.2. <i>Específicos</i>	7

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Sistema turístico	8
2.1.1. <i>Partes del sistema turístico</i>	8
2.1.2. <i>Potencial turístico</i>	9
2.2. Producto turístico.....	9
2.2.1. <i>Producto turístico rural</i>	10
2.2.2. <i>Producto turístico rural comunitario</i>	10
2.2.3. <i>Encadenamiento turístico</i>	10
2.3. Estudio comercial.....	10

2.3.1.	<i>Oferta turística</i>	11
2.3.2.	<i>Demanda turística</i>	11
2.3.3.	<i>Competencia turística</i>	11
2.4.	Estudio técnico	11
2.5.	Estudio ambiental	12
2.5.1.	<i>Matriz de Lázaro Lagos</i>	12
2.6.	Impacto ambiental	12
2.6.1.	<i>Plan de manejo</i>	13
2.7.	Estudio legal	13
2.8.	Estudio económico	13
2.9.	Estudio financiero	13
2.9.1.	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	13
2.9.2.	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	14

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	14
----	---------------------------------	----

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	18
4.1.	Viabilidad comercial	18
4.1.1.	<i>Validación del potencial turístico de la zona de estudio</i>	18
4.1.2.	<i>Diseño inicial de las alternativas de productos</i>	19
4.1.3.	<i>Determinación de las líneas de producto</i>	20
4.1.4.	<i>Opción de producto turístico 1: Recorriendo huellas de los Puruháes</i>	21
4.1.5.	<i>Opción de producto turístico 2:” Puruháes recorriendo las alturas”</i>	23
4.1.6.	<i>Opción de producto turístico 3:” Puruháes en el centro del país”</i>	24
4.1.7.	Características esenciales de los productos	25
4.1.7.1.	<i>Proceso de calificación creativa de los potenciales productos</i>	25
4.1.7.2.	<i>Selección inicial de las ideas para productos</i>	26
4.1.7.3.	<i>Evaluación de los productos</i>	27
4.1.7.4.	<i>Resumen de evaluación de los potenciales productos</i>	27
4.1.7.5.	<i>Descripción de la idea seleccionada</i>	28
4.1.8.	Análisis de la oferta	28

4.1.8.1. <i>Planta turística</i>	28
4.1.9. <i>Estudio de mercado</i>	30
4.1.9.1. <i>Análisis de la demanda</i>	30
4.1.9.2. <i>Segmentación de mercado</i>	30
4.1.9.3. <i>Instrumento y recolección de datos</i>	32
4.1.9.4. <i>Resultado de estudio de la demanda nacional</i>	32
4.1.9.5. <i>Resultados del estudio de la demanda extranjera</i>	40
4.1.9.6. <i>Perfil del turista Nacional y extranjero</i>	46
4.1.10. <i>Demanda actual</i>	46
4.1.11. <i>Demanda futura</i>	47
4.1.12. <i>Análisis de la competencia</i>	48
4.1.12.1. <i>Competencia futura</i>	48
4.1.13. <i>Confrontación de la demanda</i>	49
4.1.13.1. <i>Demanda insatisfecha proyectada</i>	49
4.1.14. <i>Plan mercadotécnico</i>	49
4.1.14.1. <i>Canal de distribución</i>	49
4.1.14.2. <i>Identificación del nicho de mercado</i>	50
4.1.14.3. <i>Estrategia de producto</i>	50
4.1.14.4. <i>Logotipo y slogan</i>	51
4.1.14.5. <i>Significado de los colores</i>	52
4.1.14.6. <i>Papelería</i>	52
4.1.14.7. <i>Estrategia de precio</i>	53
4.1.15. <i>Requerimiento del área comercial</i>	53
4.1.15.1. <i>Talento humano</i>	53
4.1.15.2. <i>Materiales e insumos</i>	53
4.1.15.3. <i>Activos fijos</i>	54
4.1.15.4. <i>Activos diferidos</i>	54
4.1.15.5. <i>Promoción y publicidad durante el funcionamiento</i>	54
4.2. <i>Viabilidad técnico productivo</i>	555
4.2.1. <i>Esquema del proyecto</i>	55
4.2.1.1. <i>Georreferenciación del producto</i>	55
4.2.2. <i>Elaboración del paquete</i>	56
4.2.2.1. <i>Localización del producto seleccionado</i>	56
4.2.2.2. <i>Paquete Recorriendo huellas de los Puruháes</i>	56
4.2.2.3. <i>Mapa de la ruta</i>	59
4.2.3. <i>Tamaño de mercado</i>	60
4.2.3.1. <i>Capacidad operativa</i>	60

4.2.3.2.	<i>Capacidad aparente</i>	60
4.2.4.	<i>Presupuesto para el área productiva</i>	61
4.2.4.1.	<i>Talento humano</i>	61
4.2.4.2.	<i>Materiales e insumos</i>	61
4.3.	Viabilidad ambiental	62
4.3.1.	<i>Parámetros de valoración de la magnitud e importancia de la matriz</i>	62
4.3.1.1.	<i>Naturaleza</i>	62
4.3.1.2.	<i>Magnitud</i>	62
4.3.1.3.	<i>Importancia</i>	62
4.3.1.4.	<i>Certeza</i>	63
4.3.1.5.	<i>Tipo</i>	63
4.3.1.6.	<i>Reversibilidad</i>	63
4.3.1.7.	<i>Duración</i>	63
4.3.1.8.	<i>Tiempo en aparecer</i>	64
4.3.1.9.	<i>Considerado en el proyecto</i>	64
4.3.2.	<i>Matriz de Lázaro Lagos</i>	65
4.3.3.	<i>Matriz de cuantificación</i>	67
4.3.3.1.	<i>Análisis de los resultados</i>	67
4.3.4.	<i>Acciones para la remediación y prevención de los impactos ambientales</i>	68
4.4.	Estudio legal –administrativa	69
4.4.1.	<i>Estudio legal</i>	69
4.4.1.1.	<i>Reglamento para el centro de turismo comunitario</i>	69
4.4.1.2.	<i>Requisitos legalizadas y obtención la categoría de CTC</i>	70
4.4.1.3.	<i>Constitución legal de la organización</i>	73
4.4.2.	<i>Estudio administrativo</i>	73
4.4.3.	<i>Requerimiento en el área administrativa</i>	74
4.4.3.1.	<i>Presupuesto del área administrativa</i>	74
4.5.	Determinación de la viabilidad económica financiera	77
4.5.1.	<i>Estudio económico</i>	77
4.5.1.1.	<i>Inversiones</i>	77
4.5.1.2.	<i>Usos y fuentes</i>	78
4.5.1.3.	<i>Calculó de la deuda</i>	79
4.5.1.4.	<i>Depreciación de activos fijos</i>	80
4.5.1.5.	<i>Amortización de diferidos</i>	81
4.5.1.6.	<i>Estructura de Costos y gastos</i>	82
4.5.1.7.	<i>Presupuesto de ingresos</i>	82
4.5.1.8.	<i>Punto de equilibrio</i>	83

4.5.1.9. <i>Balance de pérdidas y ganancias</i>	84
4.5.1.10. <i>Flujo de caja</i>	85
4.6. Evaluación financiera	85
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	85
GLOSARIO	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Matriz de Lázaro Lagos.....	12
Tabla 2-4:	Matriz resumen de atractivos naturales y culturales.....	18
Tabla 3-4:	Atractivos y actividades a realizar.....	19
Tabla 4-4:	Determinación de las líneas de productos turísticos.....	20
Tabla 5-4:	Características de los atractivos.....	20
Tabla 6-4:	Itinerario recorriendo huellas de los Puruháes.....	21
Tabla 7-4:	Itinerario Puruháes recorriendo las alturas.....	23
Tabla 8-4:	Itinerario Puruháes en el centro del país.....	24
Tabla 9-4:	Características esenciales de los productos.....	25
Tabla 10-4:	Selección inicial del producto.....	26
Tabla 11-4:	Evaluación de los productos.....	27
Tabla 12-4:	Resumen de evaluación de los productos.....	27
Tabla 13-4:	Alojamiento.....	28
Tabla 14-4:	Agencias de viaje.....	29
Tabla 15-4:	Instituciones que fomentan la actividad turística en las comunidades.....	30
Tabla 16-4:	Número de encuestas.....	32
Tabla 17-4:	Perfil nacional y extranjero.....	46
Tabla 18-4:	Demanda actual de turistas nacionales.....	47
Tabla 19-4:	Demanda actual de turistas extranjeros.....	47
Tabla 20-4:	Demanda futura de turistas.....	47
Tabla 21-4:	Competencia actual.....	48
Tabla 22-4:	Competencia futura.....	49
Tabla 23-4:	Demanda insatisfecha.....	49
Tabla 24-4:	Canales de distribución del producto.....	50
Tabla 25-4:	Significado de los componentes.....	51
Tabla 26-4:	Significado de los colores.....	52
Tabla 27-4:	Gasto talento humano.....	53
Tabla 28-4:	Materiales e insumos.....	53
Tabla 29-4:	Activos fijos.....	54
Tabla 30-4:	Activos diferidos.....	54
Tabla 31-4:	Promoción y publicidad.....	54
Tabla 32-4:	Valores del paquete de Recorriendo huellas de los Puruháes.....	56
Tabla 33-4:	Paquete de Recorriendo huellas de los Puruháes.....	57
Tabla 34-4:	Capacidad operativa.....	60

Tabla 35-4: Capacidad aparente.....	60
Tabla 36-4: Mano de obra indirecta para el área productiva.....	61
Tabla 37-4: Gastos en materiales e insumos	61
Tabla 38-4: Valores para calcular la magnitud de los impactos	62
Tabla 39-4: Valores para establecer la importancia de los impactos	62
Tabla 40-4: Valores para determinar la certeza de los impactos.....	63
Tabla 41-4: Valores para determinar los tipos de impactos	63
Tabla 42-4: Valores para determinar la reversibilidad de los impactos	63
Tabla 43-4: Valores para determinar la reversibilidad de los impactos	64
Tabla 44-4: Valores para determinar el tiempo en que aparece los impactos	64
Tabla 45-4: Valores para determinar los impactos considerados.....	64
Tabla 46-4: Matriz de Lázaro Lagos.....	65
Tabla 47-4: Matriz de cuantificación	67
Tabla 48-4: Acciones de remediación y prevención	68
Tabla 49-4: Requisitos para obtener el registro como CTC.....	71
Tabla 50-4: Costo de los tramites	73
Tabla 51-4: Talento humano	74
Tabla 52-4: Materiales e insumos	75
Tabla 53-4: Activos Fijos.....	75
Tabla 54-4: Activos diferidos	76
Tabla 55-4: Inversiones.....	77
Tabla 56-4: Usos fuentes	78
Tabla 57-4: Cálculo de la deuda	79
Tabla 58-4: Depreciación de activos fijos.....	80
Tabla 59-4: Amortización de activos diferidos	81
Tabla 60-4: Estructura de costos y gastos.....	82
Tabla 61-4: Presupuesto de ingresos.....	82
Tabla 62-4: Punto de equilibrio	83
Tabla 63-4: Balance de pérdidas y ganancias	84
Tabla 64-4: Flujo de caja	85
Tabla 65-4: Evaluación financiera	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Género de los potenciales turistas nacionales	32
Gráfico 2-4:	Edad de los turistas nacionales	33
Gráfico 3-4:	Procedencia de los turistas nacionales.....	33
Gráfico 4-4:	Días que decide viajar el turista nacional	34
Gráfico 5-4:	Acompañantes de viaje del turista nacional	34
Gráfico 6-4:	Número de acompañantes de viaje del turista nacional.....	35
Gráfico 7-4:	Aceptación del producto por el turista nacional	35
Gráfico 8-4:	Actividades que le gustaría realizar al turista nacional	36
Gráfico 9-4:	Servicio que le gustaría recibir al turista nacional.....	36
Gráfico 10-4:	Servicios que le gustaría recibir al turista nacional	38
Gráfico 11-4:	¿Cuánto gasta el turista nacional?	38
Gráfico 12-4:	Forma de pago de los turistas	39
Gráfico 13-4:	Medios de información que prefiere el turista nacional	39
Gráfico 14-4:	Género de los potenciales turistas extranjeros.....	40
Gráfico 15-4:	Edad de los turistas extranjeros	40
Gráfico 16-4:	Procedencia de los turistas extranjeros.....	41
Gráfico 17-4:	Días que deciden viajar los turistas extranjeros	41
Gráfico 18-4:	Acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros	42
Gráfico 19-4:	Número de acompañantes de viaje del turista extranjero	42
Gráfico 20-4:	Aceptación del producto por parte del turista extranjero	43
Gráfico 21-4:	Actividades que le gustaría realizar al turista extranjero.....	43
Gráfico 22-4:	Servicio que le gustaría recibir a los turistas extranjeros	44
Gráfico 23-4:	Servicios que le gustaría recibir al turista extranjero	44
Gráfico 24-4:	¿Cuánto gasta el turista extranjero?.....	45
Gráfico 25-4:	Forma de pago del turista extranjero	45
Gráfico 26-4:	Medios de información del turista extranjero.....	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	División Política de la parroquia San Juan	6
Figura 1-2:	Sistema turístico.....	9
Figura 1-4:	Logotipo.....	51
Figura 2-4:	Tarjeta de presentación	52
Figura 3-4:	Afiche.....	53
Figura 4-4:	Georreferenciación del lugar.....	55
Figura 5-4:	Georreferenciación de la ruta.....	59
Figura 6-4:	Flujograma	74

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ PROCESO CREATIVO

ANEXO B: ENCUESTA

ANEXO C: FOTOS

RESUMEN

El objetivo del proyecto técnico fue el diseño de un producto turístico para las comunidades Chorrera Mirador y Pulingú San Pablo, parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; se utilizó una metodología aplicada mediante investigación de campo y revisión bibliográfica. Para la validación del potencial turístico se analizó información primaria y secundaria; para la viabilidad comercial en el diseño del producto, se realizó el análisis de la oferta, demanda y competencia, para establecer demandas insatisfechas y el perfil del turista, aplicando encuestas; la viabilidad técnica se realizó a través del diseño del producto, la capacidad operativa del proyecto la georreferenciación de los atractivos y servicios a encadenarse e itinerarios. Se evaluó los impactos ambientales utilizando la Matriz de Lázaro Lagos y se diseñó las medidas de mitigación; el estudio legal administrativo se dio mediante el reglamento de centros de turismo comunitario. El estudio económico - financiero se determinó el presupuesto de inversiones, fuentes de financiamiento, depreciación de activos fijos, gastos, ingresos, flujo de caja. Se realizó el análisis financiero formado por el valor actual neto, tasa interna de retorno, relación costo beneficio. Se determinó que las comunidades poseen atractivos potenciales para el turismo, el estudio comercial determinó la aceptación en 98% turistas nacionales y 89% extranjeros, planteándose un paquete turístico, el cual será rentable de acuerdo a los indicadores financieros : Valor Actual Neto de 24.327, 24, la Tasa Interna de Retorno del 13%; la relación beneficio costo es de \$1,26 lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0,26. Se concluyó que el proyecto es viable comercialmente, técnico productivo, ambiental legal administrativo, y económico- financiero. Se recomienda ejecutar el proyecto de acuerdo a la planificación presupuestaria de las áreas comercial, productiva, administrativa, considerando todos los estudios realizados en la presente propuesta.

Palabras clave: <PRODUCTO TURÍSTICO>, <ATRATIVOS TURÍSTICOS>, < TURISMO COMUNITARIO>, <ENCADENAMIENTO TURÍSTICO>, <VIABILIDAD TÉCNICA>, <ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN>.

0414-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The technical project aimed to design a tourism product for the communities of Chorrera Mirador and Pulingui San Pablo, San Juan village, Riobamba canton, Chimborazo province; an applied methodology was used through field research and literature review. For the validation of the tourism potential, primary and secondary information was analyzed; for the commercial viability in the design of the product, an analysis of supply, demand and competition was made to establish unsatisfied demands and the tourist profile, applying surveys, the technical viability was made through the design of the product, the operational capacity of the project, the georeferencing of the attractions and services to be chained and itineraries. In addition, the environmental impacts were evaluated using the Lázaro Lagos Matrix and mitigation measures were designed, the legal and administrative study was carried out using the regulations for community tourism centers. The economic-financial study determined the investment budget, sources of financing, depreciation of fixed assets, expenses, income, and cash flow. The financial analysis consisted of the not present value, internal rate of return, and cost-benefit ratio. It was determined that the communities have potential attractions for tourism, the commercial study determined the acceptance of 98% national tourists and 89% foreign tourists, proposing a tourist package, which will be profitable according to the financial indicators: Net Present Value 24,327.24, the Internal Rate of Return 13%, and the benefit-cost ratio is \$1.26, which means that for every dollar invested, a profit of \$0.26 will be obtained. To sum, the project is commercially viable, technically productive, environmentally, legally, administratively, and economically- financially. It is recommended to execute the project according to the budget planning of the commercial, productive and administrative areas, considering all the studies carried out in this proposal.

Keywords: TOURIST PRODUCT, TOURIST ATTRACTIVES, <COMMUNITY TOURISM>, <TOURIST DEVELOPMENT>, <TECHNICAL FEASIBILITY>, <PROMOTION STRATEGIES>



Msc. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLES TURISMO
0604237172

INTRODUCCIÓN

Según la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2019), el turismo es considerado como el tercer sector con mayor comercio internacional con el 3,6% del producto interno bruto (PIB) y responsable de 313 millones de empleos en diferentes áreas de servicio turístico, el turismo realiza un aporte significativo a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible.

Sin embargo, el acelerado proceso de globalización ha generado la búsqueda de nuevas y variadas opciones que ayuden a diversificar la oferta de nuevos productos turísticos mediante el uso de nuevas tecnologías enmarcados en el paradigma de desarrollo sostenible (Bravo et al., 2018: p.98), de acuerdo a las necesidades de los turistas de tener nuevas experiencias responsables como la convivencia con comunidades y la naturaleza (Bayas y Mendoza, 2018: p.84), debido a que no solo buscan desplazarse para dormir en un hotel o comer en un restaurante ya que su verdadera motivación es la de realizar nuevas actividades (Bravo et al., 2018).

Esto ha dado paso al incremento del turismo rural dando a conocer las potencialidades de los atractivos que se encuentran en las zonas rurales, mediante una gestión turística adecuada, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de las localidades, manteniendo un uso responsable de los recursos naturales y culturales, y estos impulsen que los turistas vuelvan a visitar la zona.

Ecuador por su diversidad natural y cultural, posee una variedad de ecosistemas, sitios históricos, riquezas ancestrales, saberes y costumbres, que ha permitido desarrollar la actividad turística, la cual se ha convertido en un motor importante de la economía, pues de acuerdo al Ministerio de Turismo [MINTUR] (2018) para el año 2018 esta actividad generó 401 mil plazas de empleo en la industria de alojamiento y servicios de comida, siendo un incremento notable con una tasa promedio de 5,27 %. Sin embargo, debido a la emergencia sanitaria que confino a todo el planeta, el PIB en relación al turismo ha descendido de manera alarmante como lo señala el Ministerio de Turismo:

Debido a la emergencia sanitaria por el covid-19, la contribución directa del turismo al PIB en el año 2020 fue de 2,1%. De la misma manera en el año 2020 se registran 456.634 llegadas de extranjeros, evidenciado un decremento del 70% con respecto al año 2019. (MINTUR, 2021, p.3-5)

Con el propósito de reactivar la actividad turística en el país, el Ministerio de Turismo (2020, p.60-62) desarrolló la campaña turística “Descubre Ecuador” para reactivar la actividad turística a través de medios digitales, el cual tuvo 5 etapas que son:

- Quédate en casa
- Descubre Ecuador
- Te extraño
- Te prometo
- Me quedo en Ecuador

los cuales tendrán como componentes fundamentales al sector público, empresas turísticas privadas, gobiernos autónomos descentralizados, comunidades y medios de comunicación digitales quienes serán protagonistas principales, donde emerge una nueva propuesta, donde se difundió 184 productos, destinos y actividades turísticas.

Giler et al (2022, p.2) señala que Ecuador es uno de los países donde se reconoce la importancia del turismo comunitario y su aporte en el desarrollo nacional, de igual manera recalca que existen varias comunidades con un potencial turístico elevado que aún no han podido desarrollar esta actividad, es por eso la importancia de la creación de emprendimientos comunitarios rurales que aportarían de forma positiva al bienestar social y a la calidad de vida de las comunidades, aprovechando de manera sostenible los recursos locales dando un valor agregado a la zona.

Entonces se puede afirmar que el turismo es positivo para las comunidades receptoras; en el ámbito económico, social, natural y cultural, ya que tiene la capacidad de generar encadenamientos con otras actividades; de la misma manera ayuda a la creación de empleos aportando de esa manera a la economía regional y local, específicamente en las áreas rurales, también es muy importante para los turistas (Santamaría y López, 2019: p.3).

La Constitución del Ecuador señala de acuerdo a la sección octava que corresponde a ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales dice lo siguiente:

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad: Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p.185)

El producto turístico para las comunidades Chorrera Mirador y Pilinguú San Pablo en la parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo aspira precisamente lo señalado en este artículo que es ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas que viven en las comunidades a través de actividad turística.

En la zona central andina del Ecuador se encuentra la provincia de Chimborazo que cuenta con varios atractivos, entre los principales la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo la misma que en el año 2018 fue visitada por 5228 turistas; 95 % de éstos son nacionales y el 5% extranjeros (Ministerio del Ambiente del Ecuador [MAE], 2018). En esta reserva se localiza el nevado Chimborazo considerado con el punto más cercano al sol, también se puede apreciar la biodiversidad de flora y fauna que motivan al ingreso de turistas, formando parte de la zona de amortiguamiento de esta importante área protegida se encuentran las comunidades Chorrera Mirador y Pilinguú San Pablo.

Vale señalar que la provincia de Chimborazo está conformada por 10 cantones, entre ellos el cantón Riobamba, situado a 2750 metros sobre el nivel del mar, siendo su capital; posee parroquias con atractivos inigualables tanto en la parte urbana, como en el área rural con gran potencial turístico cultural y natural, una de esas parroquias es San Juan, conformada por 6 barrios, 26 comunidades y 3 asociaciones, las cuales han tomado al turismo como una oportunidad para dinamizar su economía; las comunidades Chorrera Mirador y Pilinguú San Pablo son dos de las cuales han incursionado en la actividad turística tratando de aprovechar la presencia de paisajes naturales, las dos comunidades ofertan servicios de alimentación, hospedaje, artesanías, guianza y lugares para acampar, sin embargo estas ofertas no son muy demandadas por la falta de un proyecto turístico, que encadenen recursos naturales, culturales, el uso de servicios actuales y otros que se pudieren crear y que permita el mayor aprovechamiento de la potencialidad de las comunidades y su entorno.

El proyecto “Productos turísticos sustentables como estrategia para el desarrollo económico de las parroquias rurales del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo - IDI 2020-2021” se enfoca en fomentar el desarrollo de las parroquias rurales y urbanas del cantón, enfocándose en la actividad turística y “Medidas ante los riesgos que afrontan los ecosistemas de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo por cambio del uso del suelo” considera al turismo como una estrategia para la conservación del área protegida en mención, potenciando el mismo en áreas donde esta actividad se practica especialmente en las áreas de amortiguamiento a efecto de evitar la presión sobre este sitio de conservación por otras actividades productivas económicas.

Se ha de señalar también, que la propuesta del presente proyecto técnico pretende diseñar estrategias para el correcto manejo de la actividad con la participación de los actores sociales, de la producción y de los servicios involucrados; se trata de contribuir al fortalecimiento y desarrollo de emprendimientos sostenibles que se encadenen a la actividad turística.

El proyecto técnico apunta al diseño de un producto turístico para las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo, a partir de la validación del potencial turístico de la zona en estudio para lo cual se utilizó la metodología del Ministerio de Turismo (2017), el análisis de la oferta, demanda y competencia, para establecer demandas insatisfechas y el perfil del turista, empleando por un lado la información del catastro turístico del (MINTUR) y aplicando encuestas dirigidas a turistas nacionales e internacionales, para la competencia se identificaron empresas o proyectos que oferten servicios similares y se enlistaron en la matriz diseñada por (Muñoz, 2018); se realizó además el estudio técnico productivo correspondiente, estableciéndose la capacidad operativa del proyecto la georreferenciación de los atractivos y servicios a encadenarse, flujogramas de producción, los itinerarios, los guiones interpretativos. Por otra parte, se evaluó los impactos ambientales utilizando la Matriz de Lázaro Lagos y se diseñó las medidas de mitigación. También se realizó el estudio legal administrativa para determinar la viabilidad correspondiente. Finalmente se determinó la rentabilidad del proyecto. Para el cumplimiento de los objetivos específicos a excepción de la validación de los atractivos de aplico la metodología de (Muñoz, 2018).

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

La comunidad Chorrera Mirador se encuentra a 30 minutos del cantón Riobamba, entre los 3800 y los 4200 msnm, su límite altitudinal bordea la altura de las nieves perpetuas del Chimborazo, por la presencia de atractivos, en la zona se han desarrollados varios proyectos comunitarios y emprendimientos privados los cuales prestan facilidades a los que visitan la localidad.

La comunidad Pulinguí San Pablo se encuentra ubicada a 3800 m.s.n.m. en las faldas del nevado Chimborazo, en la localidad se encuentra en funcionamiento el Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor el cual dispone de cabañas, albergues, alimentación y artesanías propias del lugar.

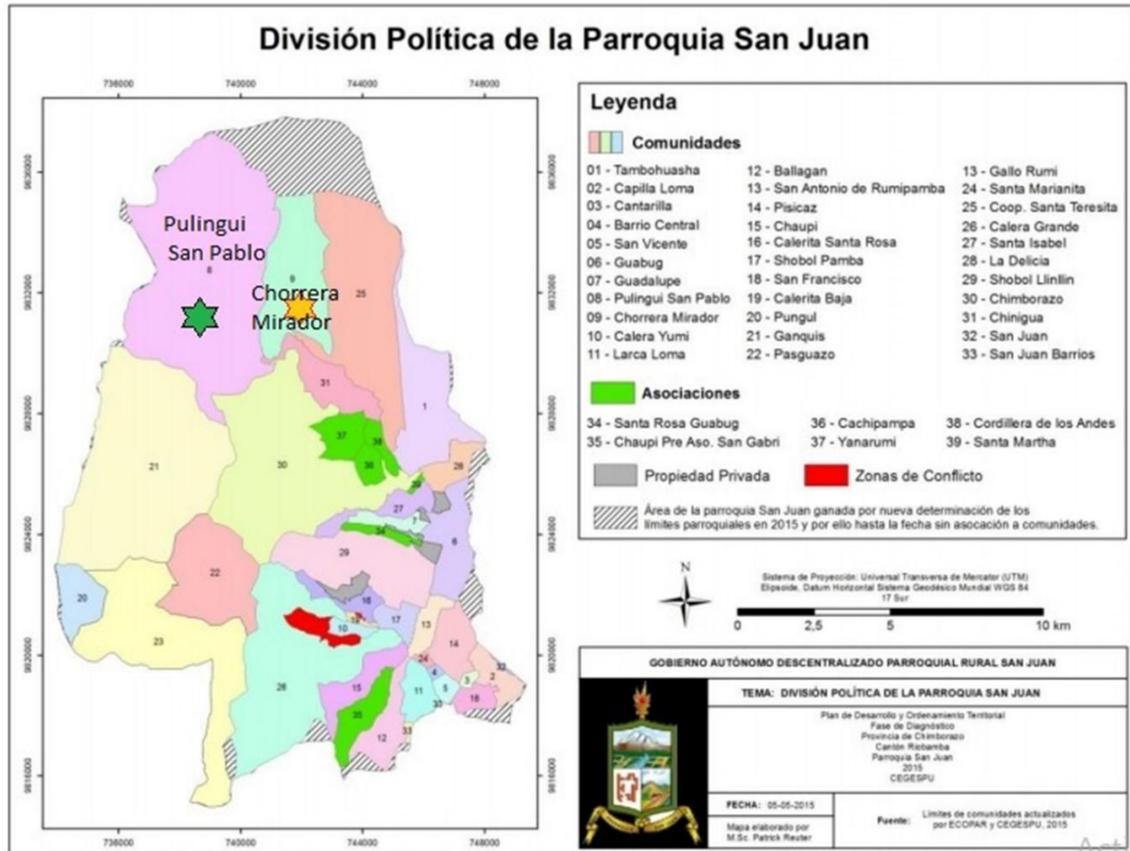
1.2 Problema

A pesar de la presencia de la actividad turística en las dos comunidades, ésta beneficia poco a las mismas, pues no existen encadenamientos turísticos que permitan fortalecer los proyectos comunitarios y privados existentes.

1.3 Justificación

De acuerdo al Plan Nacional de Turismo (2030) el turismo es considerado como una herramienta importante para la generación de empleo, de esta manera aportando para mejorar la calidad de vida de los pobladores donde se desarrolla la actividad turística, impulsando emprendimientos e infraestructura, por la cual se hace necesario el diseño de un nuevo producto turístico que integre a las dos comunidades y a sus entornos en procura de potenciar sus recursos mejorando los servicios existentes y de ser necesario creando otros, como medios para estimular el crecimiento y la sostenibilidad de los proyectos antes manifestados.

1.4 Delimitación



1.4.1 Ubicación geográfica

Figura 1-1: División Política de la parroquia San Juan

Fuente: (Plan de Ordenamiento Territorial [PDOT] de la parroquia San Juan, 2021)

Las comunidades Chorrera Mirador y Pungui San Pablo se encuentran ubicadas en la zona alta de la parroquia San Juan, a 17 km de la cabecera parroquial y a 35 km de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, su territorio cuenta con atractivos que han dado la oportunidad del desarrollo turístico en la zona, parte del territorio de las dos comunidades se encuentran dentro de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo.

1.4.2 *Limites*

Comunidad Chorrera Mirador

- **Norte:** Provincia de Bolívar
- **Sur:** Comunidad Cooperativa Santa Teresita, Comunidad Chinigua
- **Este:** Comunidad Cooperativa Santa Teresita,
- **Oeste:** Comunidad Pulinguí San Pablo

Comunidad Pulinguí San Pablo

- **Norte:** Parroquia San Andrés
- **Sur:** Comunidad Chimborazo
- **Este:** Comunidad Chorrera Mirador
- **Oeste:** Comunidad Ganquis (Provincia de Bolívar)

1.5 **Objetivos**

1.5.1 *General*

Diseñar un producto turístico en las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo, parroquia San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

1.5.2 *Específicos*

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

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Sistema turístico

El sistema turístico es considerado como el conjunto de elementos que componen la actividad turística y actores interrelacionados que permite describir los aspectos más relevantes de la oferta y demanda turística, mediante estos se oferta productos o servicios que satisfagan las necesidades y expectativas del turista, como el sistema permanece en constante cambio, se considera que es dinámico (Varisco, 2013, p.65). Pineda, Sojos y Calle (2019, p.164) define al sistema turístico como un proceso que construye un sistema integrado que también componen elementos externos como políticos, social, cultural, ambiental y económico el cual de esa manera ayuda al desarrollo del sistema turístico.

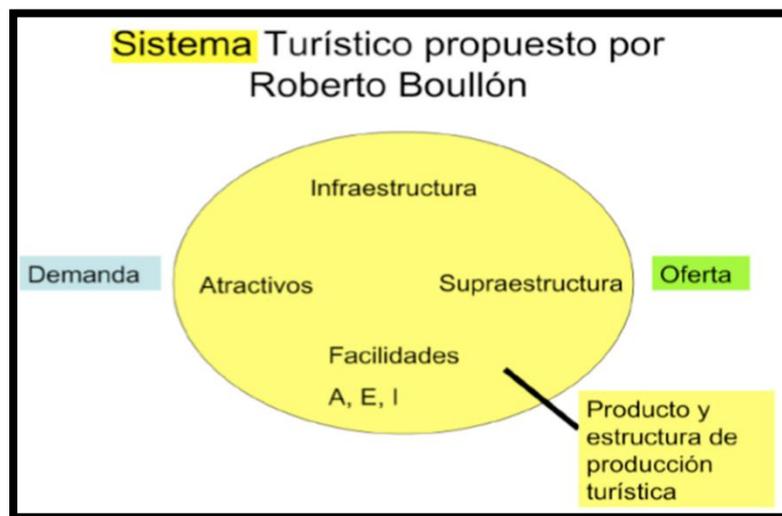
En el desarrollo de proyectos técnicos, el modelo de sistema turístico ha sido valioso para describir y analizar los impactos de la actividad turística en el medio en el que se lo realiza, el cual nos ayuda a la creación de productos turístico.

2.1.1 *Partes del sistema turístico*

Figura 1-2: Sistema turístico
Fuente: Bullón, 2006

2.1.2 *Potencial turístico*

Lazo Serrano et al.,(2017, p.4) definen al potencial turístico como la capacidad que tiene un territorio para atraer a turistas, donde se establecen



necesidades de implementar instalaciones e infraestructura para el desarrollo de diferentes actividades turísticas, (Covarrubias y Durán, 2015, p.2) añade que el potencial turístico ayuda a valorar los lugares donde se encuentran los recursos.

2.2 **Producto turístico**

El Manual para la Planificación de Productos Turísticos de Perú (MINCETUR, 2014) citado en Nasimba y Cejas (2015, p.25) define al producto turístico como el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos en conjunto como parte de la experiencia turística.

2.2.1 Producto turístico rural

Un producto turístico rural se da mediante el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de atractivos y actividades en espacios rurales siendo lo más importante los valores territoriales materiales e inmateriales, Montiel et al., (2000) citados en Bravo y Zambrano (2018, p.2) definen al producto turístico rural como una actividad dirigida al aprovechamiento de las potencialidades propias del medio rural, para satisfacer las expectativas del turista y la motivación de desarrollo local de las comunidades, en condiciones que valoricen su tradición e identidad, promoviendo la conservación de recursos de la naturaleza.

2.2.2 Producto turístico rural comunitario

Se encuentra establecido en zonas rurales en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión, esto permite englobar toda la variabilidad de experiencias que poseen los miembros de las comunidades, el turismo comunitario es destacable porque se dirige a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, tiene voluntad de distribución objetiva de los beneficios y establece asociaciones con otras políticas de desarrollo: económicas en el ámbito agropecuario, de patrimonio cultural, medioambientales (Gascón y Cañada, 1995) citados en (Cardozo, 2015, p.62).

2.2.3 Encadenamiento turístico

Relación a largo plazo que establecen las unidades empresariales dedicadas al servicio turístico, con el propósito de obtener beneficios en conjunto (Rodríguez, 2014, p.1).

2.3 Estudio comercial

Sernapur (2009, p.7), señala al estudio de mercado como un proceso sistemático para conocer las características de los clientes, competidores y el mercado que se desea atender, mediante este concepto se puede decir que el estudio comercial ayuda a crear un plan de negocios, lanzar un

nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados tomando en cuenta las necesidades del turista actual debido a que han ido originando nuevas exigencias.

2.3.1 *Oferta turística*

Es considerado como el conjunto de productos turísticos y servicios que se encuentra a disposición de cualquier persona, mediante la promoción de ofertas turísticas ayudan a dinamizar un destino (Guzmán et al., 2014, p.2015-2017), además (Socateli, 2002, p.1) señala a la oferta turística la asociación de condiciones turísticas para el aprovechamiento de un lugar. Se puede decir que la oferta turística se encuentra integradas por atractivos y por la planta turística, de los cuales los atractivos turísticos son considerados como la materia prima de la actividad turística ya que son los atributos que motivan a los turistas a visitar las zonas.

2.3.2 *Demanda turística*

Es el número de personas considerados consumidores latentes, con diferentes características, los cuales se movilizan del lugar donde viven a otros lugares por algún interés personal, teniendo la posibilidad de obtener bienes y servicios turísticos donde pretenden satisfacer sus necesidades (Socateli, 2013, p.1).

2.3.3 *Competencia turística*

Capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a diferentes apresas turísticas como: agencias de viajes, la infraestructura hotelera y de alimentación (Alcocer, 2013, p.279).

2.4 Estudio técnico

El estudio técnico es el proceso donde se da a conocer las principales bases económicas que definen la elaboración y el análisis cuantitativo de la inversión total del proyecto para

finalmente demostrar su viabilidad económica, así como también conocer su vida útil (Jhonny, 2013). Mediante esto se podrá planificar, recopilar, analizar y comunicar datos importantes con la finalidad de ayudar a la toma de decisiones.

2.5 Estudio ambiental

El estudio ambiental establece criterios de evaluación del impacto de un proyecto sobre la vida humana, flora, fauna, suelo, aire, clima, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectadas (Coria, 2008, p.126). Este estudio se analiza mediante matrices que dan como resultados los impactos y de esa manera plantean estrategias de mitigación.

2.5.1 Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos es la combinación de las matrices de Leopold y Balle- Columbus, siendo un método más factible que reconoce de manera precisa los impactos ambientales y posteriormente ayuda a su evaluación, la matriz está formada por componentes ambientales como: agua, aire, suelo, flora y fauna. Así también se desarrolla por actividades que se realizan en el proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados (Calderón, 2016, p.12).

Tabla 1-2: Matriz de Lázaro Lagos

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN DE IMPACTOS										
Componentes Ambientales	Actividades			Impactos	Criterios de evaluación de impactos					
Total (+)										
Total (-)										
Total (n)										
Total						Total (+)	Total (-)	Total (n)	Total	

Fuente: Calderón, 2016
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

2.6 Impacto ambiental

De acuerdo a Perevochtchikova (2013, p.287) el impacto ambiental se considera como la acción fuerte causados en el medio ambiente, por parte de procesos que realiza el ser humano para la extracción incontrolada de recursos naturales, el autor (Cruz et al, 2009, p.8) señala al impacto ambiental como el causante de la alteración y modificación del ambiente sin embargo se puede plantear programas y planes para contrarrestar este problema.

2.6.1 Plan de manejo

El plan de manejo ambiental, se lo considera como el conjunto de medidas que están enfocadas en prevenir y corregir los efectos ambientales ocasionados por proyectos, obras o actividades, dentro de este manejo se considerara los siguientes aspectos: seguimiento, monitoreo y contingencia, a través de esto se podrán plantear proyectos con menor impacto sobre el ambiente (Alàrcon y Burgos 2007, p.19).

2.7 Estudio legal

Es aquel que establece la normativa legal con la que se regulan las actividades del proyecto tanto en su etapa de ejecución como en su etapa de operación, ningún proyecto ya se rentable o no podrá llevarse a cabo si no está dentro de un marco legal constituido (Morales, 2010, p.10).

2.8 Estudio económico

El en la economía la evaluación económica, se encamina en determinar el precio económico de los factores de producción, eliminando las distorsiones existentes en el mercado y la subvaloración o sobrevaloración de los bienes en los mercados (Duarte et al., 2007, p.334), análisis económico tiene como objetivo, determinar los beneficios y costos desde el punto de la población y su impacto.

2.9 Estudio financiero

De acuerdo a Burbano (2010, p.142), el estudio financiero consiste en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad, desde otro punto de vista el estudio financiero permite conocer la rentabilidad del proyecto, se realiza a partir del cálculo de Flujo de Caja Actualizado, Valor Actual Neto, Relación Beneficio-Costo y Tasa Interna de Retorno (Muñoz, 2018).

2.9.1 Valor actual neto (VAN)

De acuerdo al autor Rocabert (2007; citado en Ramírez 2016, p. 2), el valor actual neto permite identificar la viabilidad de un proyecto y el aumento del capital inicial al transcurso del desarrollo del proyecto.

El VAN es considerado como el flujo de efectivos netos, es un requisito de rentabilidad mínima que requiere un proyecto para que de esa manera pueda recuperar lo invertido.

2.9.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es uno de los elementos importantes dentro del estudio financiero en un proyecto ya que es ahí donde se refleja la inversión del proyecto, de acuerdo ha

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El presente proyecto técnico se ejecutó aplicando las técnicas de investigación de campo en base a la revisión de fuentes secundarias para el cumplimiento de sus objetivos. La metodología aplicarse se sintetiza a continuación:

Para el desarrollo del primer objetivo que es determinar la viabilidad comercial; se efectuó un análisis de la oferta bajo enfoque de sistema turísticos, con las siguientes actividades:

- La validación del potencial turístico, se realizó mediante revisión bibliográfica para actualizar la caracterización de los atractivos naturales y culturales, a través de estos datos, se procedió a realizar el diseño de los potenciales productos, en este punto se utilizó la metodología de Muñoz (2018) y Delgado (2019) que comprende un proceso creativo que se detalla en la matriz del anexo A.
- Luego de ello, se describió a detalle la idea seleccionada producto del paso anterior, se elaboró el itinerario que tuvo mayor calificación.
- Se realizó el análisis de la oferta lo cual permitió determinar la cantidad de los bienes y servicios presentes en el área de trabajo, para lo cual se solicitó mediante el Ministerio de Turismo (MINTUR) el catastro de los establecimientos presentes en la zona.
- Para el análisis de la competencia se determinó empresas y proyectos que producen servicios similares al que se planteó en la zona, determinando la demanda objetiva, dentro de la viabilidad comercial se desarrolló el plan mercadotécnico donde se definió el nombre con el que se va a operar y/o vender el producto, slogan y logotipo, se diseñó los medios publicitarios y se estableció estrategias de comercialización definiendo los canales de distribución para el producto.
- A través del análisis de la demanda turística se estableció el perfil del turista para lo que se requirió de: a) establecer el universo de estudio, que corresponderá a turistas nacionales e internacionales que visitaron la Reserva de Producción Faunística Chimborazo en el año 2018, b) establecer la muestra del universo de estudio donde se utilizará la fórmula de poblaciones finitas.

$$n = \frac{z^2 N(pq)}{(N - 1)E^2 + z^2(pq)}$$

Donde:

n: tamaño de muestra

N: universo de estudio

E: margen de error

z: nivel de confianza

p: probabilidad de ocurrencia

q: probabilidad de no ocurrencia

Una vez establecida la porción de encuestas a ser levantadas, d) Se determinó como técnica de investigación la encuesta que estaba formada por un banco de preguntas de distinta tipología que se presentaron por medio de un cuestionario como instrumento de levantamiento de información, donde se determinó el perfil del turista nacional y extranjero.

Para elaboración del segundo objetivo que es la estructura técnica del producto, se realizó las siguientes actividades: a) se determinó el tamaño del proyecto y la localización que son la base fundamental para el diseño del producto turístico, b) empaquetamiento del producto y c) diseñar los flujogramas para cada una de las actividades turísticas que formaron parte de los paquetes.

Para determinar el tercer objetivo que es la viabilidad ambiental, se identificó y evaluó el grado de impacto mediante la Matriz de Lázaro Lagos y con ello se planteó un plan de manejo ambiental para el proyecto.

Para realizar el cuarto objetivo que es el estudio legal administrativo; se identificó las siguientes leyes y reglamentos los cuales se procedió analizar:

- Ley de turismo referente- Centro de turismo comunitario (CTC)
- Marco constitucional
- Reglamento general de actividades turísticas.

Mediante esto se definió la condición legal que sustente la operación del producto turístico, posterior a ello, y en lo que concierne al ámbito administrativo se determinó como estará organizada el producto y el organigrama estructural.

Finalmente, para el desarrollo del objetivo cinco que es el análisis económico financiero se tomaron como base a los requerimientos de las áreas comercial, productiva y administrativa, donde se procedió 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

Mediante la evaluación financiera se determinó la viabilidad de la inversión en base al cálculo de las siguientes ratios:

- Valor Actual Neto (VAN), para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR), para identificar la rentabilidad del capital invertido.
- La Relación Beneficio – Costo (RBC), para determinar si el proyecto generará una relación de ganancias o pérdidas entre estos.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Viabilidad comercial

4.1.1 Validación del potencial turístico de la zona de estudio

Para el desarrollo del primer objetivo que es determinar la viabilidad comercial; se efectuó un análisis de la oferta bajo enfoque de sistema turísticos, con las siguientes actividades:

La validación de atractivos turísticos se realizó mediante la revisión de fuentes secundarias y a través de esta información se planteó una tabla resumen de los atractivos.

Tabla 2-4: Matriz resumen de atractivos naturales y culturales

Z	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación
						Lugar
1	Iglesia de San Juan Bautista	Manifestaciones Cultura	Arquitectura	Histórica	II	Parroquia San Juan
2	Comunidad Chorrera Mirador	Manifestaciones Cultura	Etnográficas	Grupos Étnicos	II	Chorrera Mirador
3	Comunidad Pulingú San Pablo	Manifestación Cultura	Etnográficas	Grupos Étnicos	II	Pulingú San Pablo
4	Cañón de la Chorrera	Sitios Naturales	Ríos	Catarata o salto	II	Pulingú san Pablo
5	Templo Machay	Sitios Naturales	Fenómeno espeleológicos	Cuevas	II	Chorrera Mirador Pulingú San Pablo
6	Arbol solitario	Sitios Naturales	Bosques	Páramos	II	Chorrera Mirador
7	Nevado Chimborazo	Sitios Naturales	Montaña	Alta montaña	IV	Chorrera Mirador Pulingú San Pablo
8	Prácticas productivas tradicionales	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	Chorrera Mirador Pulingú San Pablo
9	Producción de fibra de alpaca	Manifestaciones Culturales	Acervo cultural y popular	Artesanías y artes	II	Chorrera Mirador Pulingú San Pablo
10	Bosque de Polylepis	Sitio Naturales	Bosque	Páramo	II	Chorrera Mirador Pulingú San Pablo

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Se encontraron 10 atractivos turísticos, de los cuales 5 pertenecen a la categoría manifestaciones culturales; 1 de tipo arquitectura, 2 de tipo etnografía, y 2 de tipo Acervo cultural y popular. En el caso de los naturales, 5 pertenecen a la categoría sitios naturales siendo 1 de tipo fenómeno espeleológico, 1 de tipo Montaña, 2 de tipo Bosque, 1 de tipo río, todos estos atractivos tienen una belleza escénica única.

4.1.2 *Diseño inicial de las alternativas de productos*

Para la elaboración de las propuestas preliminares de los productos turísticos que ofertaran las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo se elaboró una matriz con los atractivos inventariados, la cual muestra las actividades que son posibles de realizar en dichos atractivos, al igual que los atractivos y servicios complementarios.

N.	Atractivo	Actividades a realizar	Atractivos complementarios
1	Iglesia de San Juan Bautista	Observación y fotografía	Grupo étnico de la parroquia San Juan Mirador de San Juan Catedral de la ciudad de Riobamba Centro histórico de la ciudad de Riobamba
2	Comunidad Chorrera Mirador	Visita, recorrido y convivencia	Iglesia de San Juan Bautista
3	Comunidad Pulinguí San Pablo	Visita, recorrido y convivencia	Espejo Rumi
4	Templo Machay	Visita, observación interpretación	Cuartel de los Incas
5	Árbol solitario	Observación, fotografía y escalada	Cuartel de los Incas
6	Nevado Chimborazo	Observación y fotografía	Reserva de Producción Faunística Chimborazo
7	Prácticas productivas tradicionales	Observación, Interpretación y vivencial	Mirador Shobol Urku
8	Producción de fibra de alpaca	Observación, fotografía interpretación y vivencial	Reserva de Producción Faunística Chimborazo
9	Bosque de Polylepis	Visita, caminata, observación y Fotografía	Reserva de Producción Faunística Chimborazo
10	Cañón de Chorrera	Visita, escalada y fotografía	Reserva de Producción Faunística Chimborazo

Tabla 3-4: Atractivos y actividades a realizar

Realizado

por:

Moposita,

Viviana, 2022.

4.1.3 Determinación de las líneas de producto

Para la identificación del producto turístico planteado se desarrolló la determinación de las líneas de productos que se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 4-4: Determinación de las líneas de productos turísticos

Línea de producto	Variedad de producto específico	Lugar/ atractivo
1. Turismo comunitario	Turismo comunitario	Comunidad Chorrera Mirador Comunidad Pulinguí San Pablo
2. Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres(caminatas, senderismo, escaladas, ciclismo)	Comunidad Chorrera Mirador Comunidad Pulinguí San Pablo / <ul style="list-style-type: none"> • Templo Machay • Nevado Chimborazo • Cañón de Chorrera
3. Ecoturismo y turismo de naturaleza	Reserva Natural y bosque Observación de flora y fauna Voluntario	Comunidad Chorrera Mirador Comunidad Pulinguí San Pablo <ul style="list-style-type: none"> • Reserva de Producción de Fauna Chimborazo • Bosque de Polylepis
4. Turismo cultural	Centro artesanal Gastronomía Fiestas populares Visita a iglesia	Comunidad Chorrera Mirador Comunidad Pulinguí San Pablo <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas productivas tradicionales <ul style="list-style-type: none"> • Producción de fibra de alpaca • Parroquia San Juan • Iglesia de San Juan Bautista • Grupo étnico de la parroquia San Juan • Mirador de San Juan • Feria de San Juan

Realizado por: Moposita, Viviana,2022.

Para la propuesta preliminar se describieron las características que posee cada atractivo presente en la zona.

Tabla 5-4: Características de los atractivos

Atractivos	Características
Iglesia de San Juan Bautista	Construcción que posee una fachada antigua donde se puede observar diferentes acabados, en esta iglesia se encuentra la imagen del patrono de Parroquia.
Comunidad Chorrera Mirador	Comunidad de la Nación Puruhá con culturas propias que se evidencian en su organización social, las tradiciones, fiestas y vestimenta, considerada como la comunidad más alta del país.
Comunidad Pulinguí San Pablo	Comunidad de la Nación Puruhá, con culturas propias que se evidencian en su organización social, las tradiciones, fiestas y vestimenta, considerada como la comunidad más alta del país
Templo Machay	Cueva sagrada de material volcánico, es un sitio de ofrendas de los pueblos Puruháes.
Árbol solitario	Corresponde a la especie Quishuar considerado como el árbol de la vida, representa a los tres mundos paralelos del pensamiento andino
Nevado Chimborazo	La montaña más alta de Ecuador, considerado como el punto más cercano al sol con altura de 6268m snm.

Atractivos	Características
Prácticas productivas tradicionales	Formas de siembra y cosechas, que ayudan a la conservación del suelo, empieza desde la selección de la semilla y la preparación del suelo, utilizando herramientas propias del lugar y aplicando técnicas amigables con el ambiente para controlar plagas.
Producción de fibra de alpaca	Los pobladores de las comunidades se dedican a la crianza de animales bovinos entre ellos las alpacas de los cuales utilizan su lana para la producción de artesanías.
Bosque de Polylepis	Arboles cuya corteza está conformada por laminas finas que parecen papel, conocido por los nativos como yagual, según la cosmovisión andina es considerada una de las plantas sagradas.
Cañón de la Chorrera	El Cañón de La Chorrera, es un lugar espectacular para acampar, practicar escalada, avistamiento de aves o simplemente para admirar al majestuoso Chimborazo, el volcán más alto del mundo medido desde el centro de la tierra

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.4 Opción de producto turístico 1: Recorriendo huellas de los Puruháes

“Recorriendo huellas de los Puruháes” este producto está caracterizado por la convivencia con las comunidades siendo parte de su cultura, tradición e historia, cada uno con un valor agregado propio de las comunidades, es una mezcla donde el turista podrá disfrutar de atractivos naturales y culturales teniendo una experiencia inolvidable.

Tabla 6-4: Itinerario recorriendo huellas de los Puruháes

DIA 1				
Hora	Tiempo	Actividad	Responsable	Incluye
8:00-8:20	20 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Concentración en el parque principal de la parroquia San Juan 	Supervisor	Guianza y transporte
8:20-9:00	40 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Visita a la Iglesia de San Juan Bautista Fotografía 	Guía local	Guianza
9:00-9:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Traslado a la comunidad Chorrera Mirador Bienvenida y explicación del itinerario de las actividades que se realizarán en las comunidades 	Guía local	Guianza y transporte
9:30-11:00	1 hora y 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Convivencia Conocer los emprendimientos comunitarios que desarrollan en la comunidad 	Gente de la comunidad	Box lunch
11:30-12:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Observación ceremonias ancestrales indígenas y del entorno paisajístico Fotografía 	Gente de la comunidad	
12:30-13:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Traslado a la comunidad Pulinguí San Pablo 	Guía local	Guianza y transporte
13:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Servicio Turístico 	Gente de la	Alimentación

14:00		Comunitario Casa Cóndor	comunidad	
14:00 17:00	3 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Visita al bosque de Polylepis • Observación • Fotografía 	Guía local	Guianza y transporte
17:00 17:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno al Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor 	Guía local	Guianza y transporte Alojamiento
17:30 18:00	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por el centro de servicio comunitario Casa Cóndor • Observando los productos artesanales • Fotografía 	Gente de la Comunidad	
18:00 19:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Merienda 	Gente de la Comunidad	Alimentación
19:00 20:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Fogata • Relato de historias de la comunidad 	Gente de la Comunidad	
20:00		<ul style="list-style-type: none"> • Descanso 		
DIA 2				
Hora	Tiempo	Actividad	Responsable	Incluye
6:00 7:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Fotografía del Nevado Chimborazo 	Guía local	
7:00 8:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno 		Alimentación
8:00 9:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por la comunidad • Observación • Vivencia de las prácticas agrícolas tradicionales 	Gente de la Comunidad	
9:00 10:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Demostración • Participación en la producción de fibra de alpaca 	Gente de la Comunidad	
10:00- 11:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado en bicicleta al Cañón de la Chorrera • Fotografía 	Gente de la Comunidad	
11:00- 11:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerio 	Gente de la Comunidad	Box lunch
11:30- 13:00	1 hora - 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Escalada en roca • Rapel • Highline (cuerda floja) 	Guía local	
13:00- 14:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo en el Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana 	Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana	Alimentación
14:00- 16:00	2 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Escalada en roca, • Rapel • Highline (cuerda floja) 		Implementos
16:00- 17:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Visita al Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana • Observación de las artesanías elaboradas en lana de borrego y alpaca 	Guía local	
17:00 18:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Descanso y preparación de las tiendas de acampar en la zona de camping 	Guía local	Tiendas de acampar

18:00-19:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Merienda 	Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana	Alimentación
19:00		<ul style="list-style-type: none"> Descanso 		
DIA 3				
7:00-8:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Desayuno 	Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana	Alimentación
8:00-12:00	5 horas	<ul style="list-style-type: none"> Caminata visita al templo Machay 	Guía local	
12:00-13:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Traslado al Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor 	Guía local	
13:00-14:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Almuerzo en el Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor 	Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana	Alimentación
14:00-14:30	30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Despedida de las comunidades 	Guía local	
14:30-15:30	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Retorno hacia el parque principal de la parroquia San Juan 		Transporte

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.5 Opción de producto turístico 2: "Puruháes recorriendo las alturas"

"Puruháes recorriendo las alturas" este producto está caracterizado por la localización geográfica de los atractivos naturales de la zona, tomando como referencia al nevado Chimborazo el cual, es considerado el punto más cercano al sol, donde el turista podrá disfrutar de los paisajes la zona.

Tabla 7-4: Itinerario Puruháes recorriendo las alturas

DIA 1				
Hora	Tiempo	Actividad	Responsable	Incluye
8:00-8:20	20 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Concentración en el parque principal de la parroquia San Juan 	Supervisor	Guianza y transporte
8:20-9:00	40 minutos	<ul style="list-style-type: none"> Visita al mirador de San Juan Caminata Fotografía Observación Participación en prácticas agrícolas tradicionales 	Guía local	
9:00-10:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> Traslado a la comunidad Pulinguí San Pablo 		Transporte
10:00-12:00	2 horas	<ul style="list-style-type: none"> Caminata Fotografía 	Guía local	

DIA 1				
Hora	Tiempo	Actividad	Responsable	Incluye
		<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Fotografía de la laguna Cóndor 		
12:00-14:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno a la comunidad Pulinguí San Pablo y almuerzo en el Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor 		Transporte Alimentación
14:00-17:00	3 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Fotografía • Visita al acantilado de la Chorrera 	Guía local	
17:00-18:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Campamento en el acantilado 	Guía local	
18:00-19:30	1 hora- 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Merienda 	Guía local	Alimentación
DIA 2				
Hora	Tiempo	• Actividad	Responsable	Incluye
8:00-9:00-	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno 	Guía local	Alimentación
9:00-13:00	4 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Visita al acantila • Momento de relajación en la aguas termales del Chimborazo 	Guía local	
13:00-14:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo 	Guía local	
14:00-17:30	3 hora- 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido de regreso a la comunidad San Juan 	Guía local	

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.6 Opción de producto turístico 3:” Puruháes en el centro del país”

Puruháes en el centro del país: este producto se caracteriza por la visita a lugares complementarios que están cerca de la Parroquia San Juan y a las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San pablo, podrán observar atractivos naturales y culturales de la zona.

Tabla 8-4: Itinerario Puruháes en el centro del país

DIA 1				
Hora	Tiempo	Actividad	Responsable	Incluye
8:00-8:20	20 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Concentración en el parque principal de la parroquia San Juan 	Supervisor	Guianza y transporte
8:20-	40 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Visita al mirador de San Juan 	Guía local	

DIA 1				
Hora	Tiempo	Actividad	Responsable	Incluye
9:00		<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía 		
9:00-10:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado a la comunidad Pulinguí San Pablo 		Transporte
10:00-12:00	2 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata, • Observación • Fotografía de la laguna Cóndor 	Guía local	
12:00-14:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno a la comunidad Pulinguí San Pablo y almuerzo en el Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor 		Alimentación
14:00-17:00	3 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata visita al acantilado de la Chorrera • Fotografía • Escalada • Rapel 	Guía local	Implementos
17:00-18:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Campamento en el acantilado 	Guía local	Tiendas de acampar
18:00-19:30	1 hora- 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Merienda 	Guía local	Alimentación
DIA 2				
Hora	Tiempo	Actividad	Responsable	Incluye
8:00-9:00-	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno 	Guía local	Alimentación
9:00-13:00	4 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Visita • Momento de relajación en las aguas termales del Chimborazo • Fotografía 	Guía local	
13:00-14:00	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo 	Guía local	
14:00-17:30	3 hora- 30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido de regreso a la comunidad San Juan 	Guía local	Transporte

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.7 Características esenciales de los productos

4.1.7.1 Proceso de calificación creativa de los potenciales productos

Tabla 9-4: Características esenciales de los productos

Producto	Características	Problema o necesidad que satisface
Recorriendo huellas de los Puruháes	Producto con actividades culturales, naturales y de aventura que requiere que las personas que opten por este producto se encuentre en buen estado físico	<ul style="list-style-type: none"> • Aporte en la economía de la localidad • Conexión el paisaje • Servicios de calidad de los turistas • Encadenamiento entre las comunidades

Producto	Características	Problema o necesidad que satisface
Puruháes recorriendo las alturas	Producto con actividades de naturaleza, aventura y culturales que permite que el turista pueda vivir una experiencia de relación y de deporte extremo compartiendo con las comunidades donde se desarrolla las actividades, posee un grado medio de dificultad donde esa recomendable que el turista mantenga un buen estado físico	<ul style="list-style-type: none"> • Conexión en las comunidades para ayudar al sector económico • Descanso del turista
Puruháes en el centro del país	Producto que vincula a otras comunidades aledañas en este producto de igual manera se puede disfrutar de actividades de naturales, culturales y aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar al consumo de los productos de la zona • Tranquilidad del turista

Realizado por: Moposita, V. 2022

4.1.7.2 Selección inicial de las ideas para productos

Tabla 10-4: Selección inicial del producto

Criterios Ideas	Nivel de innovación	Mercado potencial	Conocimiento técnico	Requerimiento de capital	Tendencia nacional	Total
Recorriendo huellas de los Puruháes	4	4	4	4	3	19
Puruháes recorriendo las alturas	3	4	3	4	2	16
Puruháes en el centro del país	3	4	3	4	2	16

Fuente: Metodología Eduardo Muñoz, 2018

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.7.3 Evaluación de los productos

Tabla 11-4: Evaluación de los productos

Criterios Idea	Condiciones de Mercado	Barreras de entrada de mercado			Disponibilidad de equipamiento	Disponibilidad para crear infraestructura	Disponibilidad de mano de obra	Disponibilidad de muebles y enseres	Disponibilidad de transporte	Costo del producto	Total
		Legales	Ambientales	Culturales							
Recorriendo huellas de los Puruháes	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	35
Puruháes recorriendo las alturas	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	34
Puruháes en el centro del país	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	33

Fuente: Metodología Eduardo Muñoz, 2018

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.7.4 Resumen de evaluación de los potenciales productos

Partiendo de los tres productos elaborados y las calificaciones asignadas en el proceso creativo y la evaluación de ideas, se elabora el resumen que suma los dos resultados asignados. Los valores con mayor calificación corresponden al producto seleccionado, del cual se realizará el estudio de factibilidad.

Tabla 12-4: Resumen de evaluación de los productos

Criterios Ideas	Selección inicial de las ideas	Evaluación de criterios de disponibilidad	Total
Recorriendo huellas de los Puruháes	19	35	54
Puruháes recorriendo las alturas	16	34	50
Puruháes en el centro del país	16	33	49

Fuente: Metodología Eduardo Muñoz, 2018

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.7.5 Descripción de la idea seleccionada

El producto con la mayor puntuación y por ende el seleccionado es Recorriendo huellas de los Puruháes con una calificación total de 54 puntos, el producto tiene una duración de tres días y dos noches. Para conocer la factibilidad del producto se desarrollarán los siguientes pasos: viabilidad comercial, viabilidad técnico-productivo, viabilidad legal-administrativa, viabilidad ambiental y viabilidad económico-financiera.

Recorriendo huellas de los Puruháes, el producto está enfocado en las comunidades donde el turista podrá disfrutar de atractivos naturales, culturales, en conjunto con los emprendimientos de las dos comunidades, dentro de este producto se podrá realizar las siguientes actividades: caminatas, observación, ciclismo, escalada, rapel, fotografía del nevado Chimborazo, participación en las prácticas tradicionales de las comunidades y observación de las especies propias del lugar.

4.1.8 Análisis de la oferta

4.1.8.1 Planta turística

➤ Alojamiento

Tabla 13-4: Alojamiento

N ^a	Establecimiento	Habitaciones	Plazas	Servicios adicionales	Ubicación	Numero de contacto
1	Chimborazo lodge	7	42	Alimentación, guías turísticas, traslados, tejidos en lana alpacas y borregos	Comunidad Pulinguí San Pablo a 10 km del volcán Chimborazo y a 3800 msnm.	099 557 5517
2	Puruhá Muskuy	5	20	Alimentación	Parroquia San Juan comunidad la Chorrera	098919 0690

Fuente: Catastro nacional turístico, 2021
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

➤ Alimentación

Los establecimientos para el servicio de alimentación son los mismo que ofrecen el servicio de alojamiento que se encuentra registrada en la tabla 13-4.

➤ Operadores turísticos

Tabla 14-4: Agencias de viaje

N^o	Nombre de la agencia de viaje	Ubicación	Numero de contacto
1	Puruhá Razurku CIA Ltda	Av. Sesquicentenario y Miguel Ángel Jijon , Álamos 2 , Riobamba , Chimborazo.	0992653499

Fuente: Catastro nacional turístico, 2021

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

➤ Superestructura

Tabla 15-4: Instituciones que fomentan la actividad turística en las comunidades

Instituciones	Apoyo	Actividades
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO RURAL DE LA PARROQUIA SAN JUAN	<ul style="list-style-type: none"> • Señalar a la actividad turística como un objetivo estratégico para el desarrollo económico productivo de las comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plantear programas de turismo sostenible.
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON RIOBAMBA	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de las autoridades en la difusión de la actividad turística en las parroquias y comunidades. • Contar con grupo de trabajo especializado en la actividad turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir en las páginas del municipio ofertas turísticas de todo el cantón. • Realizar casas abiertas donde se dan a conocer lugares turísticos del cantón.
MINISTERIO DE TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> • A través de las páginas web el ministerio de turismo da la apertura para la difusión de lugares turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear programas para ayudar a recuperar la actividad turística después de la pandemia del COVID-19.
MINISTERIO DEL AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Ya que las comunidades se encuentran dentro de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo el ministerio del ambiente aporta para el corrector manejo del suelo y las especies que se encuentran en el lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo y control para el desarrollo adecuado de la actividad turística • Aporta con encargados para regular las actividades que puedan dañar el suelo, flora y fauna.

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.9 Estudio de mercado

4.1.9.1 Análisis de la demanda

4.1.9.2 Segmentación de mercado

Antes de terminar la viabilidad comercial se trabajó el proceso creativo, el cual permitió generar ideas de productos que potencialmente ofertarían las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo, para tomar la segmentación de mercado se tomó en relación a los turistas que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en el año 2019.

➤ Universo

Las comunidades chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo se encuentra ubicados en Reserva de Producción Faunística Chimborazo es por eso que el universo de estudio se tomó de los turistas que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en el feriado de carnaval 2019. El universo de estudio estuvo formado 5228 turistas (Ministerio del Ambiente del Ecuador, sf) 4967 nacionales y 261 extranjeros

➤ Muestra

Para el cálculo de la muestra se realizó mediante la fórmula para poblaciones finitas:

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

Donde:

n: tamaño de muestra

N: universo de estudio

E: margen de error (8%)

z: nivel de confianza (1,68)

p: probabilidad de ocurrencia (0,5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0,5)

Turistas Nacionales

$$n = \frac{4967 * 0.5 * 0.5}{(4967 - 1) \left(\frac{0.08}{1.68}\right)^2 + 0.5 * 0.5} = 117$$

Turistas extranjeros

$$n = \frac{261 * 0.5 * 0.5}{(261 - 1) \left(\frac{0.08}{1.68}\right)^2 + 0.5 * 0.5} = 82$$

Para el cálculo de números de encuestas para los turistas nacionales y extranjeros se realizó mediante la fórmula de cantidades finitas, de esa manera ya no se realizó la estratificación de la muestra.

Tabla 16-4:Número de encuestas

Turistas	Número de turistas nacionales y extranjeros	Número de encuestas
Nacionales	4967	117
Extranjeros	261	82
TOTAL	5228	199

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.9.3 Instrumento y recolección de datos

Para el levantamiento de información se realizó mediante una encuesta, que estaba compuesta por un banco de preguntas de distinta tipología y de esa manera se obtuvo el perfil del turista.

4.1.9.4 Resultado de estudio de la demanda nacional

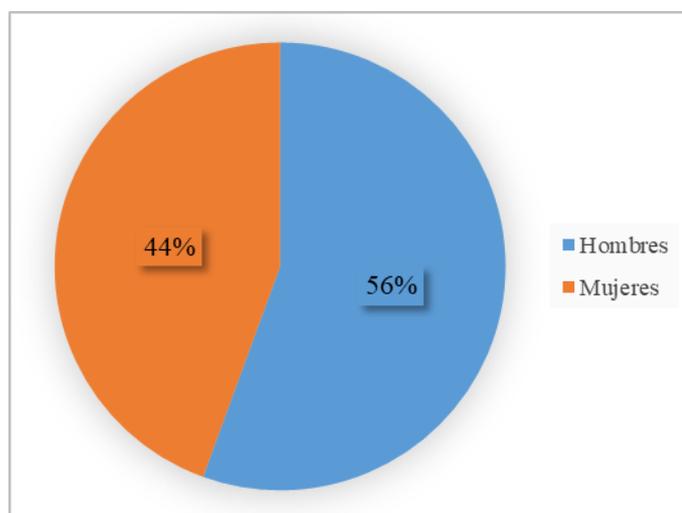


Gráfico 1-4. Género de los potenciales turistas nacionales
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Del total de turistas encuestados el 56% son de género masculino, y el 44% restante de género femenino.

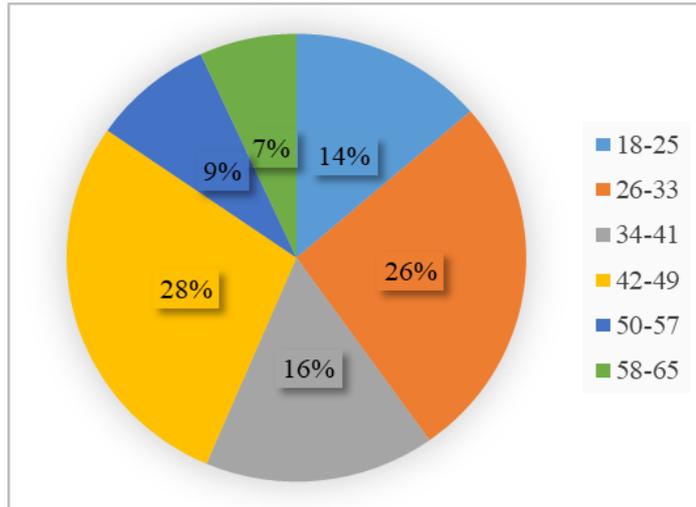


Gráfico 2-4. Edad de los turistas nacionales
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De acuerdo con la información recolectada el 28% en un rango de 42 a 49 años el, 26% de 26 a 33 años, 23% de los encuestados se encuentra en un rango de edad de 18 a 25, 16% entre los 18 a 21 años, 10% de 50 a 57 años, 2% 58 a 65 años.

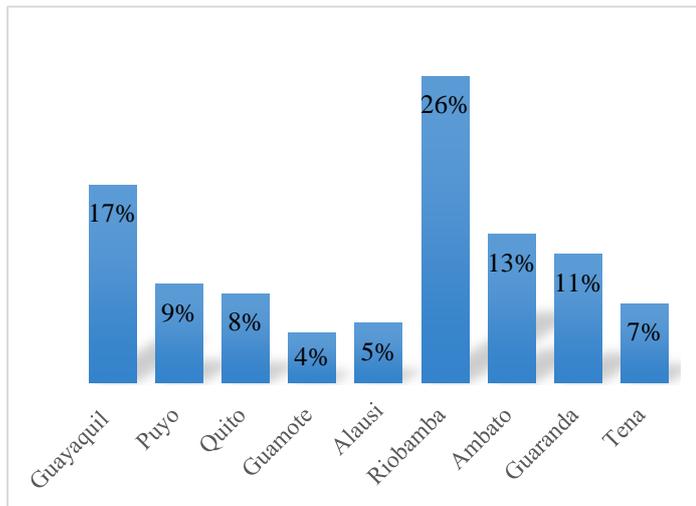


Gráfico 3-4. Procedencia de los turistas nacionales
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas encuestados, los nacionales en su mayoría son de la ciudad de Riobamba con 26%, seguido por la ciudad de Guayaquil con 17%, Ambato con 13%, Guaranda 11%, Puyo 9%, Quito con 8% y Tena con un 5%.

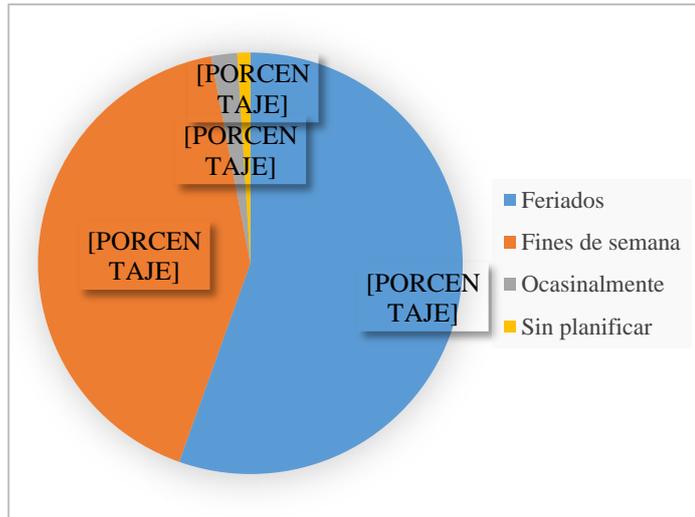


Gráfico 4-4. Días que decide viajar el turista nacional
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

En su mayoría los turistas deciden viajar en un 55% en feriados, 42% fines de semana, 2% ocasionalmente y 1% sin planificar.

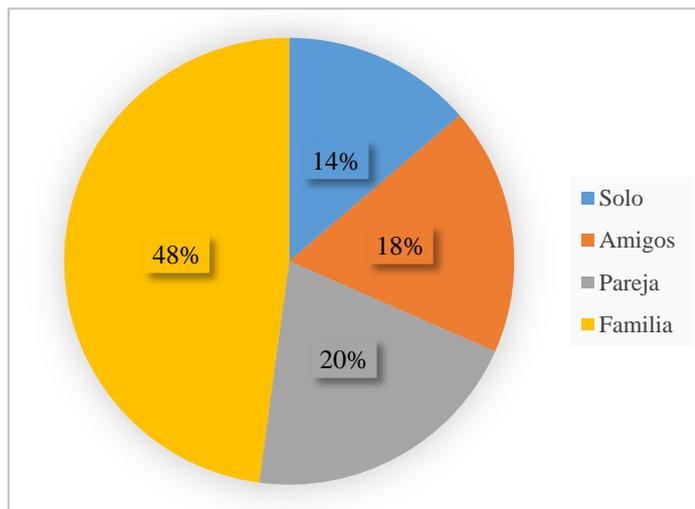


Gráfico 5-4. Acompañantes de viaje del turista nacional
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Los turistas realizan sus viajes y actividades en un 48% en familia, seguido de un 20% que realizan en pareja, posteriormente el 18% lo realizan con amigos y el 14% restante lo hace solo.

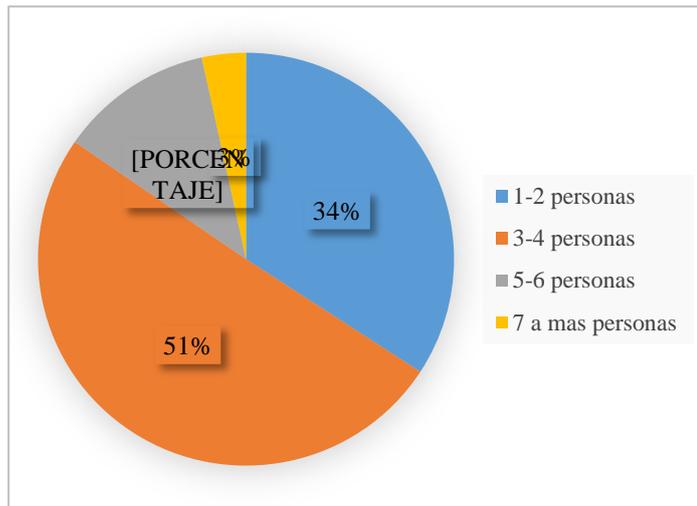


Gráfico 6-4. Número de acompañantes de viaje del turista nacional
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Los turistas nacionales en un 51% deciden viajar en compañía de 3-4 personas que corresponde a los que viajan en familia, en un 34% en compañía de 1-2 personas que corresponde a los turistas que viajan solos y junto a sus parejas y un 12% deciden viajar en compañía de 5-6 personas.

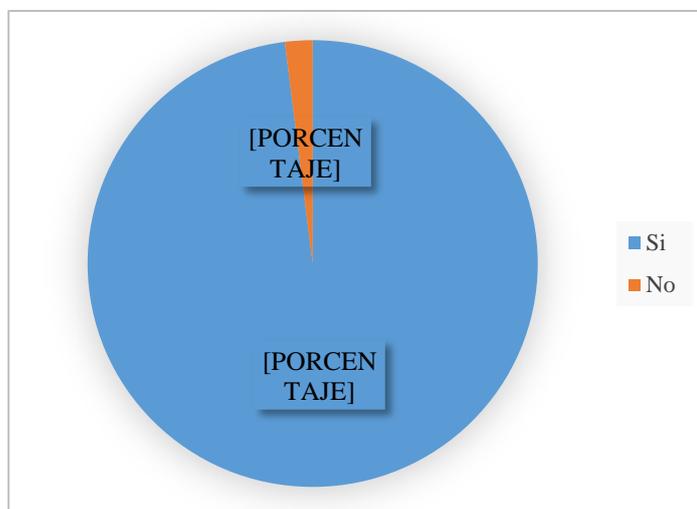


Gráfico 7-4. Aceptación del producto por el turista nacional
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas nacionales encuestados el 98% están de acuerdo se implemente un producto que encadene recursos Naturales y Culturales de la zona en las comunidades Pulingú San Pablo y Chorrera Mirador, lo cual garantiza en desarrollo del producto turístico en esta parroquia.

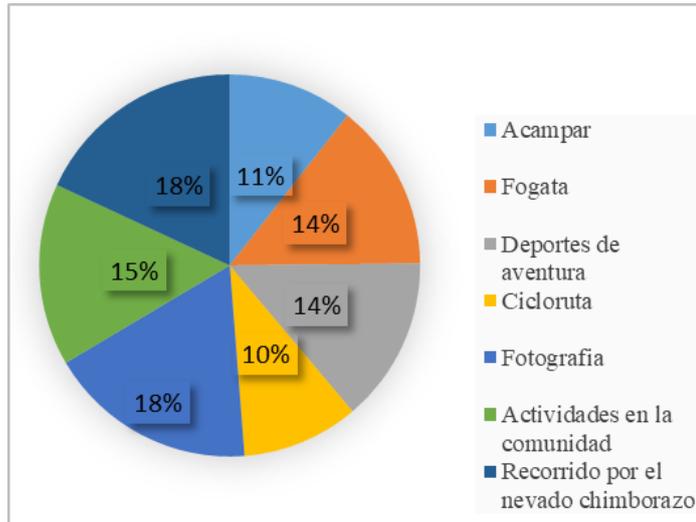


Gráfico 8-4. Actividades que le gustaría realizar al turista nacional
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De las actividades propuestas para implementar en el producto turística en su mayoría todas las actividades fueron aceptadas favorablemente, con un porcentaje 18% fotografía y un recorrido por el nevado Chimborazo, 15% actividades en la comunidad, 14% fogatas en conjunto con las comunidades y deportes de aventura, el 11% acampar y finalmente el 10% ciclo ruta donde puedan recorrer las comunidades.

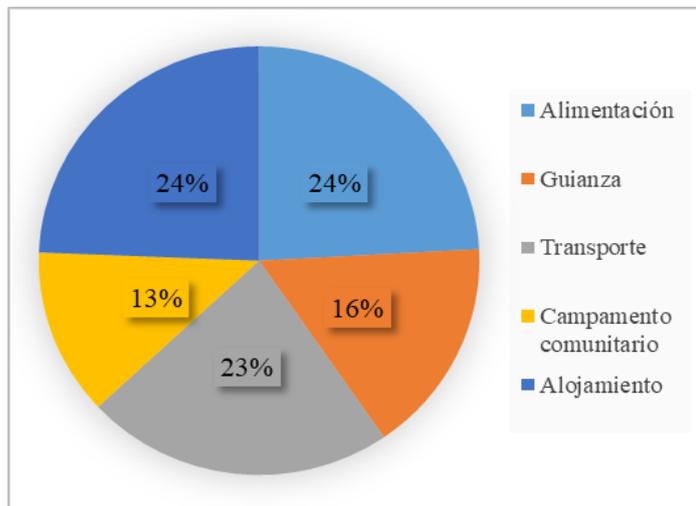


Gráfico 9-4. Servicio que le gustaría recibir al turista nacional
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los servicios que les gustaría recibir a los turistas nacionales, alojamiento y alimentación poseen un porcentaje del 24%, transporte con 23%, guía 16% y finalmente con 13% desearían que pudieran acampar en las comunidades.

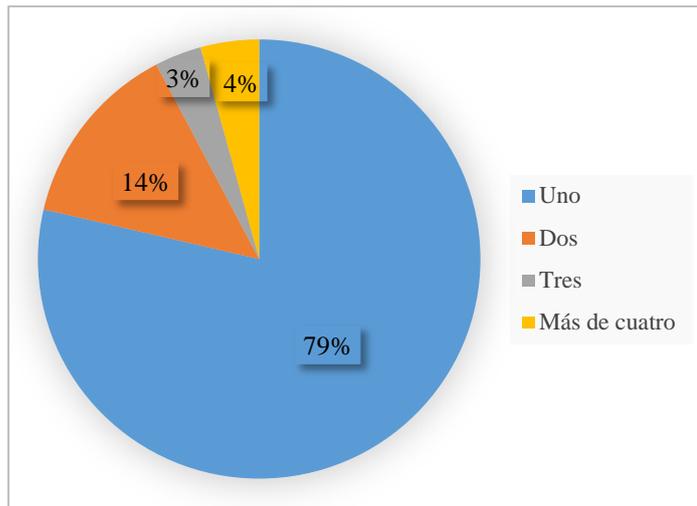


Gráfico 10-4. Servicios que le gustaría recibir al turista nacional
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas nacionales encuestados 79% únicamente se queda un día cuando viajan, el 14% se quedan dos días y 4% deciden quedarse por más de cuatro ideas dentro de este porcentaje se encuentra en su mayoría los turistas de las ciudades más alejadas al lugar donde viven.

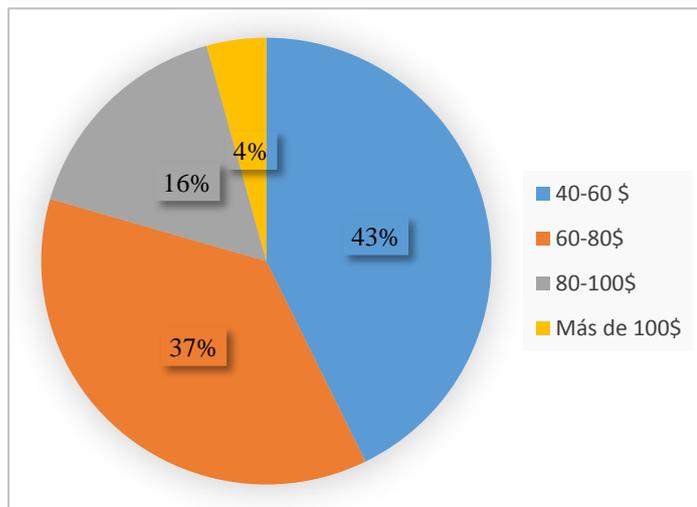


Gráfico 11-4. ¿Cuánto gasta el turista nacional?
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

En lo referente a gastos por realizar actividades y adquiere servicios los turistas nacionales señalan que gastan de 40-60 dólares en un porcentaje de 43%, de 60-80 dólares el 37%, de 80-100 dólares el 16% y más de 100 dólares el 4%.

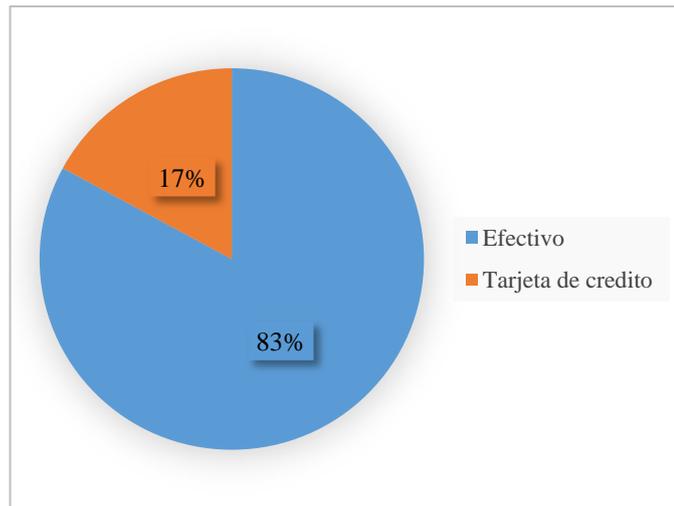


Gráfico 12-4. Forma de pago de los turistas
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas nacionales encuestados el 83% de turistas prefieren pagar en efectivo y el 17% con tarjeta de crédito.

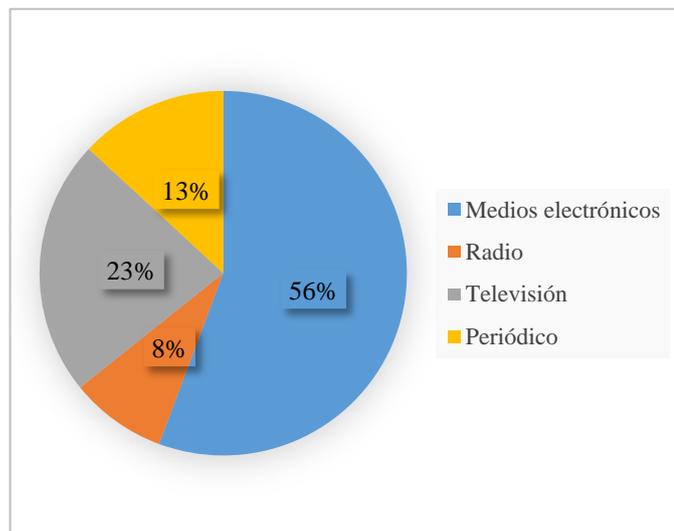


Gráfico 13-4. Medios de información que prefiere el turista nacional
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Los medios de información más aceptado por los turistas nacionales encuestados son los medios electrónicos con 56%, esto quiere decir que actualmente los medios electrónicos como las redes sociales son las más usadas a nivel nacional, esto ayudado que se difunda de manera más certeras toda la información que queremos compartir, el 23% mediante la televisión, el 13% mediante anuncios en el periódico, el 8% a través de medios a través de la radio.

4.1.9.5 Resultados del estudio de la demanda extranjera

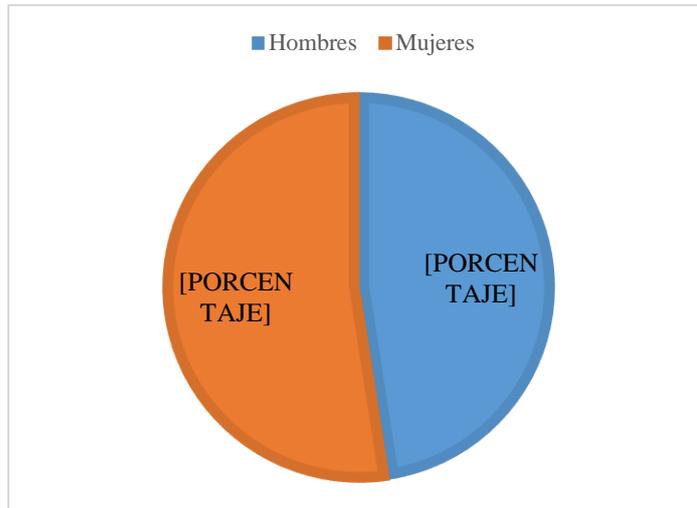


Gráfico 14-4. Género de los potenciales turistas extranjeros
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Del total de turistas extranjeros encuestados el 52% son de género masculino, y el 48% restante de género femenino.

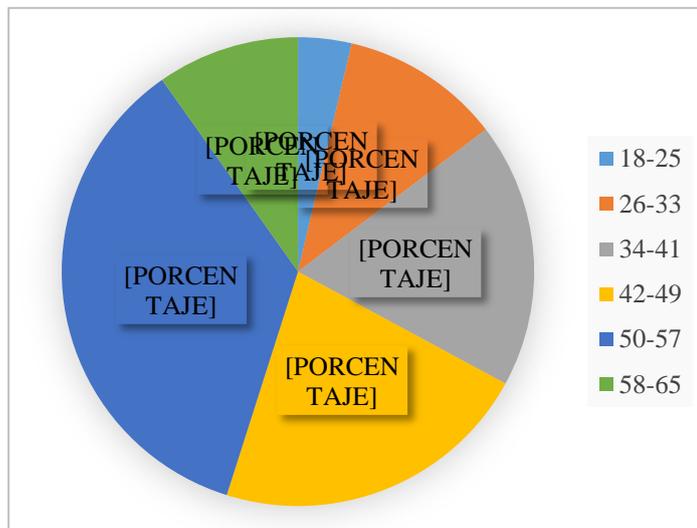


Gráfico 15-4. Edad de los turistas extranjeros
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De acuerdo a la información recolectada el 35% en un rango de 50-57, 22% de 42 a 49 años, 18% de los encuestados se encuentra en un rango de edad de 34 a 41, 11% entre 26 a 33 años, 10% entre los 58 a 65 años, 4% 18 a 25 años.

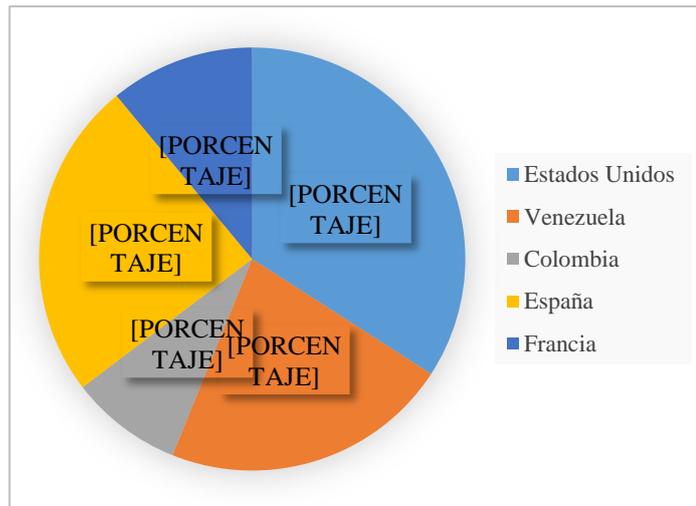


Gráfico 16-4. Procedencia de los turistas extranjeros
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas encuestados, los nacionales en su mayoría son de la ciudad de Estados Unidos con 34%, seguido por España con 24%, Venezuela con 22%, Francia 11% y Colombia 9%.

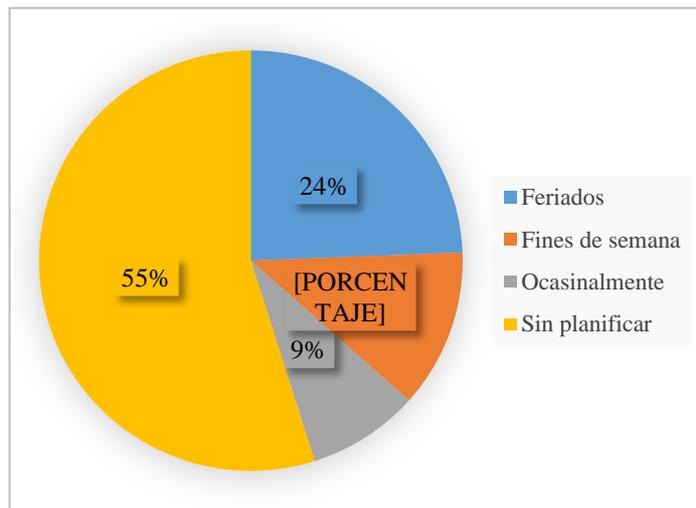


Gráfico 17-4. Días que deciden viajar los turistas extranjeros
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

En su mayoría los turistas deciden viajar en un 55% sin planificar, 24% feriados, 12% fines de semana y 9% ocasionalmente.

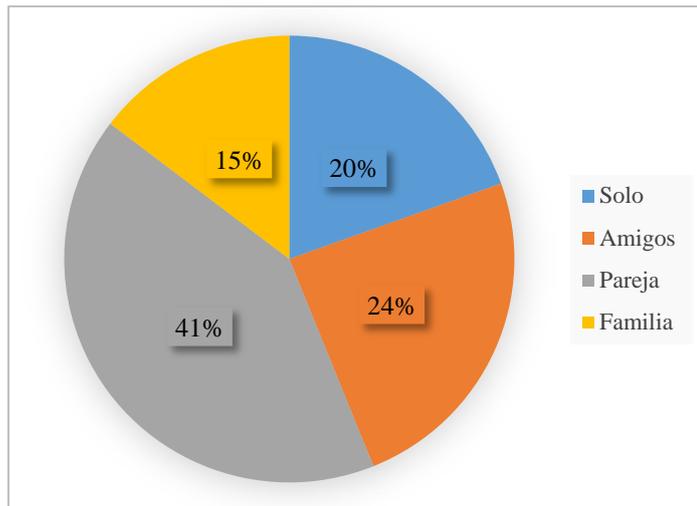


Gráfico 18-4. Acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Los turistas realizan sus viajes y actividades en un 41% en pareja, seguido de un 24% lo realizan con amigos, posteriormente el 20% restante lo hace solo y el 15% en familia.

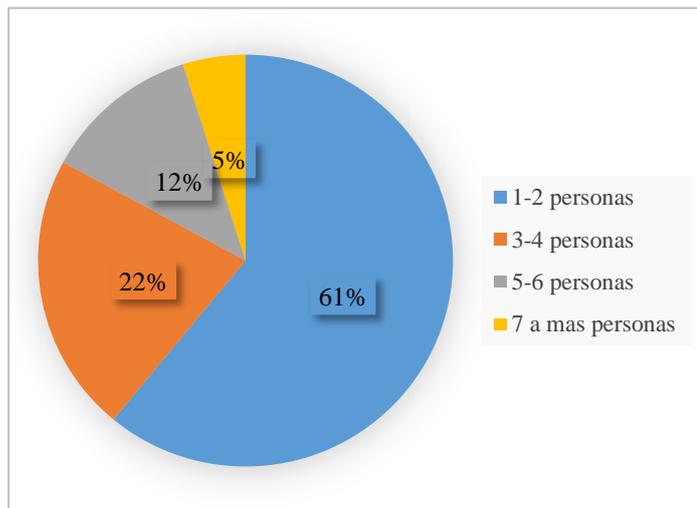


Gráfico 19-4. Número de acompañantes de viaje del turista extranjero
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Los turistas nacionales en un 61% deciden viajar en compañía de 1-2 personas que corresponde a los turistas que viajan solos y junto a sus parejas, 22% deciden viajar en compañía de 3-4 personas que corresponde a los que viajan en familia, en un 12% en compañía de 5-6.

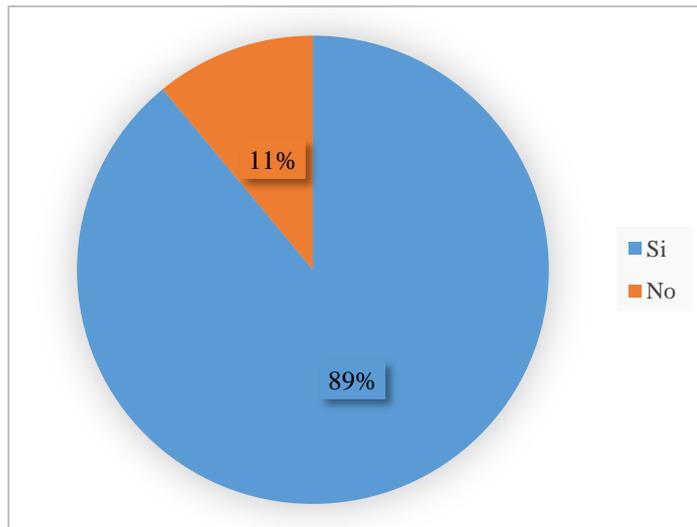


Gráfico 20-4. Aceptación del producto por parte del turista extranjero
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas extranjeros encuestados el 89% están de acuerdo se implemente un producto que encadene recursos Naturales y Culturales de la zona en las comunidades Pulingú San Pablo y Chorrera Mirador, lo cual garantiza en desarrollo del producto turístico en esta parroquia.

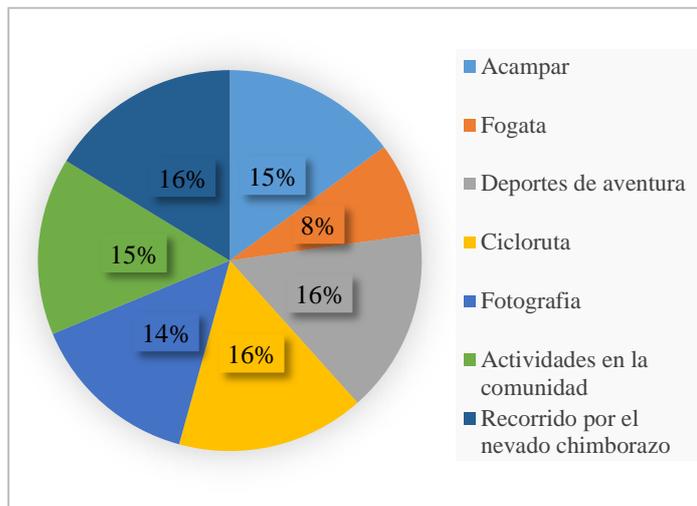


Gráfico 21-4. Actividades que le gustaría realizar al turista extranjero
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De las actividades propuestas para implementar en el producto turística en su mayoría todas las actividades fueron aceptadas favorablemente, con un porcentaje 16% recorrido por el nevado Chimborazo, cicloruta y deportes de aventura, 15% acampar y actividades en la comunidad, 14% fotografía y finalmente 8% e gustaría realizar fogatas.

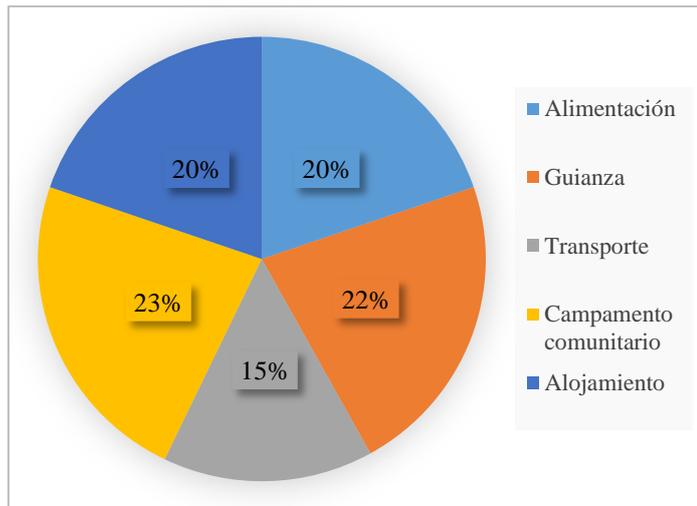


Gráfico 22-4. Servicio que le gustaría recibir a los turistas extranjeros
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Con 23% a los turistas extranjeros les gustaría acampar en las comunidades, el 22% le gustaría tener el servicio de guianza, el 20% alojamiento y alimentación, finalmente 15% desearían recibir el servicio de transporte.

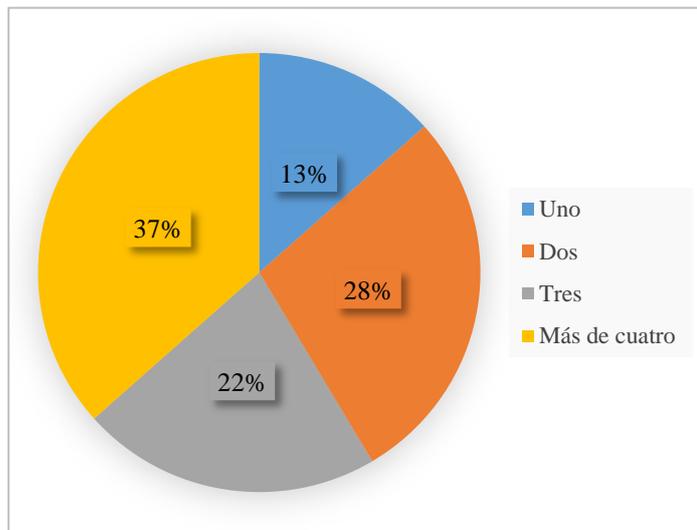


Gráfico 23-4. Servicios que le gustaría recibir al turista extranjero
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas nacionales encuestados 37% se quedan más de 4 día cuando viajan, el 28% se quedan dos días, el 22% deciden quedarse tres días y el 13% únicamente se queda un día.

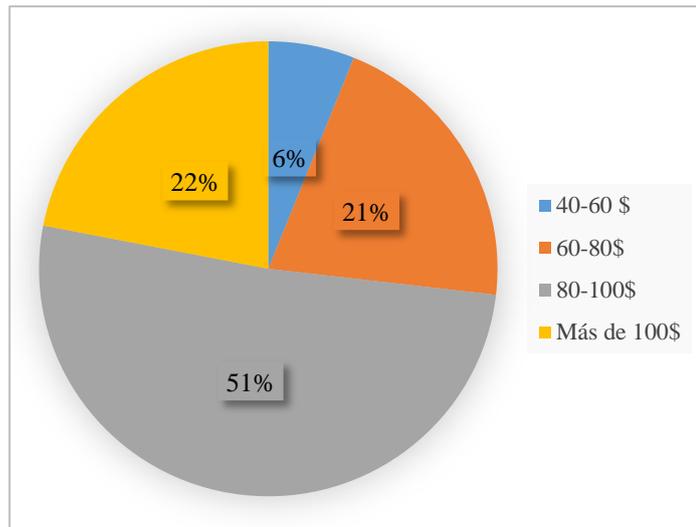


Gráfico 24-4. ¿Cuánto gasta el turista extranjero?
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

En lo referente a gastos por realizar actividades y adquirir servicios los turistas extranjeros señalan que gastan de 80-100 dólares en un porcentaje de 51%, el 22% gastan más de 100 dólares, de 60-80 dólares el 21%, de 40-60 dólares el 6%.

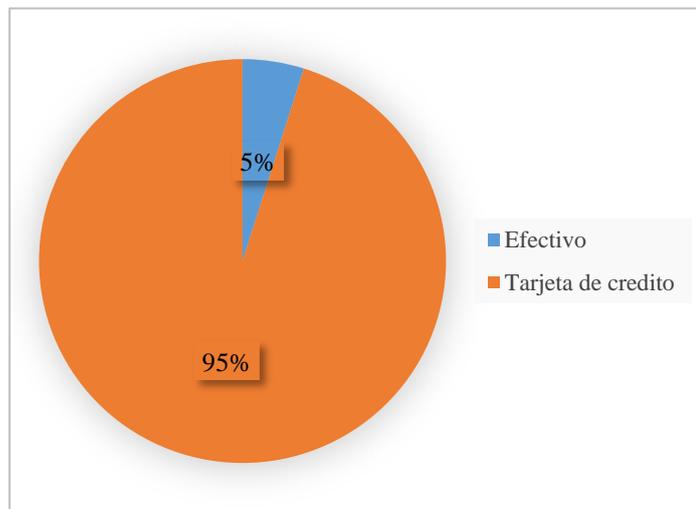


Gráfico 25-4. Forma de pago del turista extranjero
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

De los turistas nacionales y extranjeros encuestados el 95% con tarjeta de crédito y el 5% de turistas extranjeros prefieren pagar en efectivo.

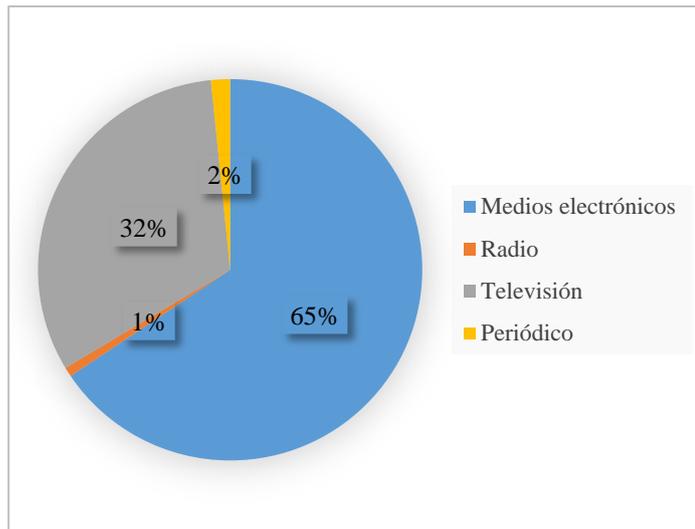


Gráfico 26-4. Medios de información del turista extranjero
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Los medios de información más aceptado por los turistas extranjeros encuestados son los medios electrónicos con 65% prefieren informarse a través de medios electrónicos como las redes sociales, el 32% mediante la televisión, el 2% mediante anuncios en el periódico, el 1% a través de medios a través de la radio.

4.1.9.6 Perfil del turista Nacional y extranjero

Tabla 17-4: Perfil nacional y extranjero

Turista	Perfil
Nacional	Los potenciales turistas que elegirían el producto turístico en su mayoría con 56% son de género masculino y 44% de género femenino, en un rango de edad de 42-49 años con un 23% y de 26 a 33 años, el 26% de turistas son procedentes de la ciudad de Riobamba 17% de Guayaquil en un 17%, el 55% de los turistas nacionales deciden viajar en feriados junto a su familia y en pareja.
Extranjero	Con respecto a los turistas extranjeros de igual de la misma manera, en su mayoría con 52% son de género masculino, 48% de género femenino, su edad se encuentra en rango 50 a 57 años, el 34% de turistas extranjero proceden de Estados Unidos, la mayoría decide viajar sin planificar en 55% junto a sus parejas con 41%.

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.10 Demanda actual

Para el análisis de la demanda actual se tomó el porcentaje de aceptación para la implementación de un producto turístico en las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo se tomó los valores tanto de los turistas nacionales con el 98% y extranjeros 89%. Mediante estos datos se obtuvo los siguientes valores:

Tabla 18-4: Demanda actual de turistas nacionales

Universo de estudio	Aceptación	Demanda actual
4967	98%	4868

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Tabla 19-4: Demanda actual de turistas extranjeros

Universo de estudio	Aceptación	Demanda actual
261	89%	232

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.11 Demanda futura

Para el cálculo de la demanda futura se realizó mediante la demanda actual, aplicando la fórmula de incremento compuesto.

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

C_n: el año en que se va a proyectar.

C_o: el número de turistas que llegan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo nacionales como extranjeros.

i: índice de incremento de turista que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Actualmente el índice de incremento de turistas a disminuido de manera considerable debido a la pandemia que atraviesa el mundo por eso se tomaron datos del año 2019 que según datos el índice es el 4%.

Tabla 20-4: Demanda futura de turistas

Año		Demanda potencial turistas nacionales y extranjeros	Demanda potencial turistas nacionales	Demanda potencial turistas extranjeros
0	2022	5228	4967	261
1	2023	5437	5166	271
2	2024	5655	5372	282
3	2025	5881	5587	294

Año		Demanda potencial turistas nacionales y extranjeros	Demanda potencial turistas nacionales	Demanda potencial turistas extranjeros
4	2026	6116	5811	305
5	2027	6361	6343	318

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.12 Análisis de la competencia

Actualmente las comunidades se encuentran ofreciendo servicios de alimentación, hospedaje y guianza y se realizan actividades en los atractivos que se encuentran en las comunidades, principalmente la competencia que son directas para el producto se contemplan en el siguiente cuadro:

Tabla 21-4: Competencia actual

Nombre	Ubicación	Clientes anuales
Palacio Real	Riobamba –Calpi	1.213
Jatari Campesino	Riobamba- Calpi	800
TOTAL		2.013

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.12.1 Competencia futura

Para el cálculo de la competencia futura realizó mediante la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n= el año a proyectar

C_o=el número de turistas de la competencia

i= índice de incremento es 3%

El índice de incremento de productos turísticos en la ciudad de Riobamba es el 3% para el año 2019 de acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado, sin embargo, se debe tomar en cuenta que actualmente el incremento de productos turísticos ha disminuido debido a la pandemia que atraviesa el país y el mundo.

Tabla 22-4:Competencia futura

Año	Clientes
2022	2013
2023	2073
2024	2136
2025	2200
2026	2266
2027	2333

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.13 Confrontación de la demanda

4.1.13.1 Demanda insatisfecha proyectada

Tabla 23-4: Demanda insatisfecha

Años	Demanda	Demanda nacional	Demanda extranjera	Competencia	Demanda insatisfecha
0	5228	4967	261	2013	3215
1	5437	5166	271	2073	3364
2	5655	5372	282	2136	3519
3	5881	5587	294	2200	3681
4	6116	5811	305	2266	3850
5	6361	6343	318	2333	4028

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.14 Plan mercadotécnico

4.1.14.1 Canal de distribución

Para la comercialización del producto se emplearán canales de distribución directos e indirectos el directo permitirá la distribución del productor- consumidor y el indirecto a través de alianzas con terceras personas esto ayudará a la captación de más clientes.

Tabla 24-4: Canales de distribución del producto

Canales de distribución			
Canal	Táctica	Políticas de funcionamiento	Target
Directo	Promoción del producto en expo ferias locales y eventos de carácter turístico	Vendedor- comprador	Turistas nacionales
	Venta directa a los turistas que llegan a la comunidad	Proporcionar la información necesaria sobre el producto	Visitantes locales
	Promoción del producto a instituciones educativas que ofrezcan carreras turísticas o certificados turísticos	-----	-----
Indirecto	Alianzas con agencias y operadores turísticas	Relación cordiales con agencias de viajes	Turistas nacionales e internacionales

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.14.2 Identificación del nicho de mercado

El presente estudio se identificó que el target pretendido es los turistas nacionales y extranjeros de todos los destinos cuyas edades se encuentran entre los 25 a 57 años.

4.1.14.3 Estrategia de producto

El presente producto consta de tres días y dos noche, el producto principalmente está enfocado en el encadenamiento de las dos comunidades, en el cual el turista pueda disfrutar de atractivos naturales y culturales donde pueden optar por las siguientes actividades: caminatas, observación y fotografía del nevado Chimborazo, escalada, participación en las practicas ancestrales de las comunidades entre otras actividades, esto permitirá satisfacer las necesidades que requiere el turista tanto como nacional y extranjero.

El nombre Recorriendo Huellas de los Puruháes es en honor a las comunidades descendientes de la nacionalidad Puruhá que se encuentra asentadas en la zona de estudio, en este producto el turista podrá disfrutar de la convivencia con las comunidades descubriendo su cultura y sus tradiciones. Se diseñó el siguiente logotipo, el cual está directamente enfocado en representar el producto.

4.1.14.4 Logotipo y slogan



Figura 1-4: Logotipo
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

El logotipo presenta los componentes importantes del producto turístico.

Tabla 25-4: Significado de los componentes

SIGNIFICADO DE LAS FIGURAS	
El montañista	Representa a los turistas nacionales y extranjeros que llegan a conocer y vivir la experiencia a través de las comunidades.
El sombrero	Representa la cultura del pueblo Puruhá.
Sol	Es la mayor fuente de energía.
Montaña	Representa el nevado Chimborazo que puede ser visualizado desde la ciudad de Riobamba.
La montaña y el sol	Representa al nevado Chimborazo el cual es considerado el punto más cercano al sol.

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

El slogan planteado para este producto “Tu destino ideal- Conoce, Vive y Disfruta” representa, el desarrollo de la ciudad de Riobamba en conjunto con sus parroquias y comunidades en la potencialización de la actividad turistas, la cual ha permitido que en la actualidad sea considerado como un destino ideal para los turistas nacionales y extranjeros, que visitan y conocen la experiencia de compartir en especial con las comunidades Chorrera Miador y Pulinguí San Pablo, disfrutando de las actividades que ofrecen las mismas.

4.1.14.5 Significado de los colores

Tabla 26-4: Significado de los colores

SIGNIFICADO DE LOS COLORES	
ROJO	Es color que recibió nombre, es uno de los colores que más vemos en nuestro día a día, por tanto, tenemos muy presente en todo momento. relaciona al color rojo con lo erótico o brutal, inoportuno o noble.
BLANCO	Señala que el color blanco es el único que, combinado con otros, los potencia y brinda un efecto positivo y afirmativo, crea un efecto de intensa paz y conexión con el espíritu.
AMARILLO	El color amarillo viene de la mano con la luz que nos trasmite el sol es energía pura, que nos recarga, recalca que el amarillo es fuerza pura para la vida, color alegre que trasmite felicidad
NEGRO	Este color es el contrario del blanco, ya que este último contiene a todos los demás colores nos dice que se le asocia con el silencio, el invierno, la oscuridad, la negación, el infinito y la fuerza pasiva femenina y misteriosa.

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.



4.1.14.6 Papelería

Figura 2-4: Tarjeta de presentación

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.



Figura 3-4: Afiche
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.14.7 Estrategia de precio

4.1.15 Requerimiento del área comercial

4.1.15.1 Talento humano

Tabla 27-4: Gasto talento humano

ROL DE PAGOS DEL PRIMER AÑO			
Denominación	RMU	Gasto anual	Función principal
Promotor de ventas	585,70	7028,40	Promover, vender, cobrar
Total		\$ 7028,40	

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.15.2 Materiales e insumos

Tabla 28-4: Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Precio unitario	Gasto anual
Hojas de papel bon	Resma	4,00	48,00
Esferos	Caja	3,50	10,50
Tinta	Cartuchos	30,00	120,00
Lápices	Caja	3,00	6,00
Carpetas	Unidad	6,00	12,00
Cinta adhesiva	Rollo	1,20	4,80
Clips	Caja	1,00	5,00

Grapas	Caja	2,00	8,00
Total			\$ 214,30

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.15.3 Activos fijos

Tabla 29-4: Activos fijos

Denominación	Cantidad	Precio unitario	Inversión
Terreno	2	30.000,00	60.000,00
Construcciones y edificaciones	2	15.000,00	30.000,00
Muebles y enseres			
Mesa de trabajo	1	300,00	300,00
Sillones	2	120,00	240,00
Archivador	1	200,00	200,00
Mesa de reunión	1	350,00	350,00
Sillas	4	100,00	400,00
Equipos y maquinaria			
Grapadora	1	3,00	3,00
Teléfono	1	35,00	35,00
Perforadora	1	3,00	3,00
Equipo de computo			
Computador	1	500,00	500,00
Impresora	1	250,00	250,00
Proyector	1	300,00	300,00
TOTAL			\$92.581,00

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.15.4 Activos diferidos

Tabla 30-4: Activos diferidos

Denominación	Cantidad	Precio Unitario	Inversión
Socialización/ capacitación a las dos comunidades	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Material publicitario antes del funcionamiento	1	\$ 1000,00	\$ 1000,00
Total de inversión de activos diferidos			\$1.300,00

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.1.15.5 Promoción y publicidad durante el funcionamiento

Tabla 31-4: Promoción y publicidad

Denominación	Cantidad	Precio Unitario	Inversión
Promoción redes sociales	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Material publicitario	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Total			\$600,00

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.2 Viabilidad técnico productivo

4.2.1 Esquema del proyecto

4.2.1.1 Georreferenciación del producto

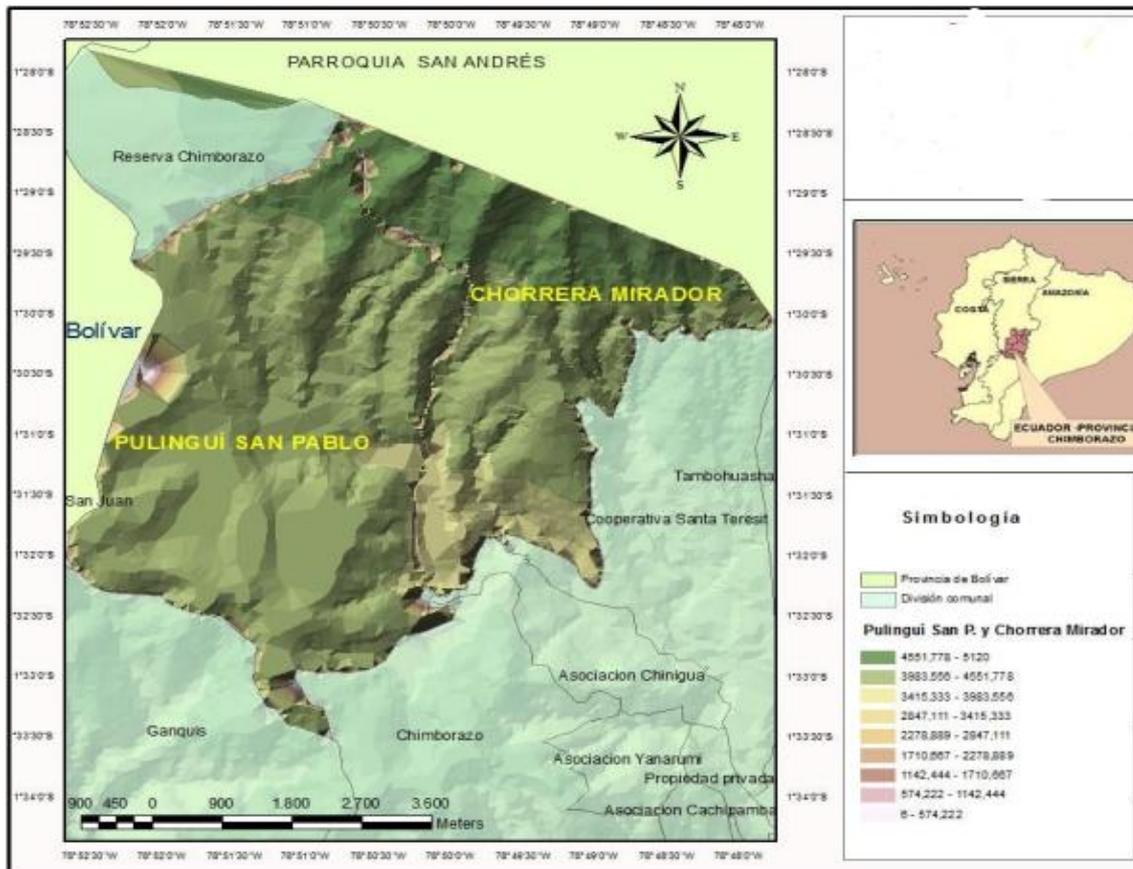


Figura 4-4: Georreferenciación del lugar
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.2.2 Elaboración del paquete

4.2.2.1 Localización del producto seleccionado

Recorriendo huellas de los Puruháes es un producto cultural, natural y aventura que se encuentra ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia San Juan, comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo.

Las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo poseen grandes potenciales turísticos, en su recorrido se puede observar paisajes excepcionales ya que se encuentran dentro de la Reserva de producción de Fauna Chimborazo, el cual alberga flora y fauna única, también las comunidades todavía conservan su cultura y tradiciones vigentes las cuales son atractivas a la vista del turista, además gozan de lugares donde el turista puede realizar actividades de aventura, es por eso que las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo son lugares idóneos para el desarrollo de un producto que ofrezcan turismo de cultural, naturales y de aventura ayudado a vincularse entre sí.

4.2.2.2 Paquete Recorriendo huellas de los Puruháes

Tabla 32-4: Valores del paquete de Recorriendo huellas de los Puruháes

Recorriendo huellas de los Puruháes		Duración 3 días			
		Precio	Rango de pax		
Servicio	Cantidad			4	12
Costos generales					
Guía local por 3 días	1	\$150,00	\$37,50		\$12,50
Transporte (buseta) por 3 días	1	\$100,00	\$25,00		\$8,33
Total, costos generales			\$62,50		\$20,83
Desayuno	3	\$3,00	\$9,00		\$9,00
Almuerzo	3	\$3,00	\$9,00		\$9,00
Cena	2	\$3,00	\$9,00		\$9,00
Hospedaje	1	\$10,00	\$10,00		\$10,00
Carpas	1	\$10,00	\$10,00		\$10,00
Alquiler de bicicleta	1	\$5,00	\$5,00		\$5,00
Implementos de seguridad	1	\$20,00	\$20,00		\$20,00
Lunch	3	\$0,50	\$1,50		\$1,50
Total, costos individuales			\$62,50		\$62,50
Costo por pax			\$125,00		\$83,33
Gastos administrativos	10%		\$12,50		\$8,33
Gastos de ventas	5%		\$6,25		\$4,17

Total, de gastos		\$18,75	\$12,50
Total, de costos y gastos		\$143,75	\$95,83
Utilidad	10%	\$12,50	\$8,33
Precio venta final		\$175,00	\$104,17
		\$175,00	\$104,00

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Tabla 33-4: Paquete de Recorriendo huellas de los Puruháes

Nombre de la ruta	Recorriendo huellas de los Puruháes		
Modalidad	Vivencial, cultural, natural y aventura		
Dificultad	Media, alta		
Dirigido	Niños, adultos		
Temporalidad	Indefinido		
Número de participantes	4-12 Pax		
Duración	3 días y 2 noches		
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
1	8:00-8:20	Concentración en el parque principal de la parroquia San Juan	
	8:20-9:00	Visita a la Iglesia de San Juan Bautista	
	9:00-9:30	Traslado a la comunidad Chorrera Mirador, bienvenida y explicación del itinerario de las actividades que se realizarán en las comunidades	
	9:30-11:00	Convivencia con las personas de la comunidad y muestra de prácticas ancestrales Conocer los emprendimientos comunitarios que desarrollan en la comunidad Box Lonch	
	11:30-12:30	Observación ceremonias ancestrales indígenas, observación del entorno paisajístico, fotografía	
	12:30 13:00	Traslado a la comunidad Pulinguí San Pablo	
	13:00 14:00	Almuerzo en el Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor	
	14:00 17:00	Visita al bosque de Polylepis	
	17:00 17:30	Llegada al Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor donde podrán alojarse	
	17:30 18:00	Recorrido por el centro de servicio comunitario Casa Cóndor Observando los productos artesanales	
	18:00 19:00	Merienda	
	19:00 20:00	Fogata y relato de historias de la comunidad	
	20:00	Descanso	
		6:00 7:00	Observación y fotografía del Nevado Chimborazo
		7:00 8:00	Desayuno
8:00 9:00		Recorrido por la comunidad y observación y vivencia de las prácticas agrícolas tradicionales	

2	9:00 10:00	Demostración y participación en la producción de fibra de alpaca
	10:00-11:00	Traslado en bicicleta al Cañón de la Chorrera donde se realizará fotografía
	11:00-11:30	Box lunch
	11:30-13:00	Escalada en roca, rapel y highline (cuerda floja)
	13:00-14:00	Almuerzo en el Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana
	14:00-16:00	Escalada en roca, rapel y highline (cuerda floja)
	16:00-17:00	Visita al Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana y observación de las artesanías elaboradas en lana de borrego y alpaca
	17:00 18:00	Descanso y preparación de las tiendas de acampar en la zona de camping
	18:00-19:00	Merienda
	19:00	Descanso
3	7:00-8:00	Desayuno
	8:00-12:00	Caminata y visita al templo Machay ubicado en la comunidad Pulinguí San Pablo
	12:00 13:00	Traslado al Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor
	13:00 14:00	Almuerzo en el Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor
	14:00 14:30	Despedida de las comunidades
	14:30 15:30	Retorno hacia el parque principal de la parroquia San Juan
	Requerimiento para la visita	
Documentos personales, gorra, ropa cómoda e impermeable, protector solar, zapatos para trekking, cámara fotográfica		
Normas de comportamiento		
<ul style="list-style-type: none"> • Respeto con los compañeros y hacia las personas encargadas de brindar el servicio • No separarse del grupo • No cortar especies de flora • No recolectar especie de fauna • No destruir las instalaciones • Mantener el orden durante el recorrido • Botar la basura en los lugares indicados 		
Costo del paquete individual		
Paquete de 2 noches 3 días – 4pax \$175 – 12pax \$104		

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.2.2.3 Mapa de la ruta

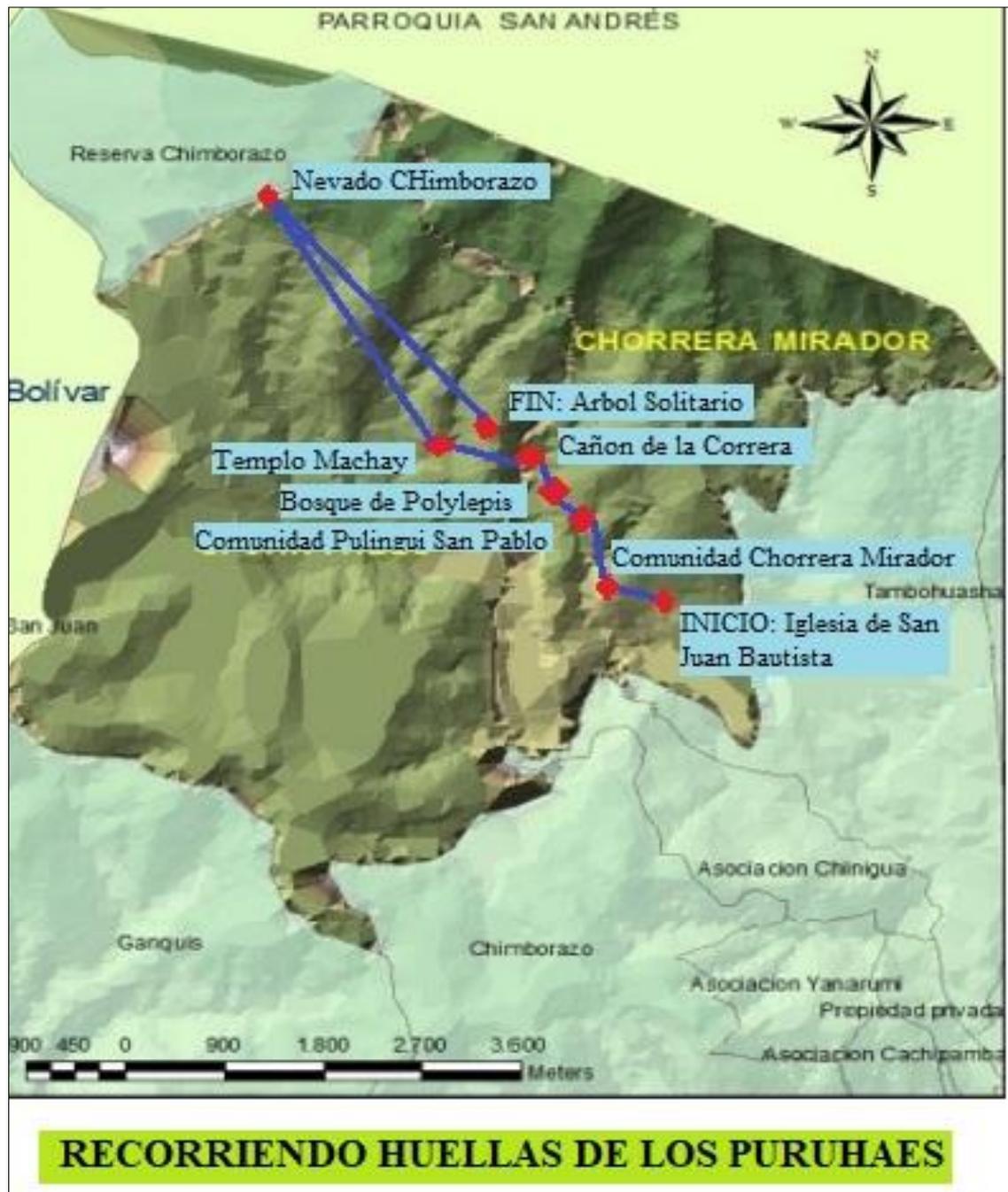


Figura 5-4: Georreferenciación de la ruta
Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.2.3 Tamaño de mercado

4.2.3.1 Capacidad operativa

Tabla 34-4: Capacidad operativa

Año	DI	CAPACIDAD OPERATIVA 12,5% (0,125)
2022	3.215	402
2023	3.364	420
2024	3.519	440
2025	3.681	460
2026	3.850	481

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Para identificar la capacidad operativa se tomó el 12,5 % de demanda insatisfecha debido a que es un producto que se desarrolló dentro de dos comunidades que actualmente ya mantienen la actividad turística sin embargo sus instalaciones no cuentan con la capacidad de recibir turistas en un 100%.

4.2.3.2 Capacidad aparente

Tabla 35-4: Capacidad aparente

Año	DI	CAPACIDAD OPERATIVA 12,5% (0,125)
2022	3.215	402
2023	3.364	420
2024	3.519	440
2025	3.681	460
2026	3.850	481

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.2.4 Presupuesto para el área productiva

4.2.4.1 Talento humano

➤ *Mano de obra directa*

Tabla 34-4: Mano de obra directa para el área productiva

Denominación	RMU	Gasto anual	Funciones principales
Guía	425,00	5100,00	Interpretar los lugares visitados, guiar a los visitantes
Total		\$ 5100,00	

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

➤ *Mano de obra indirecta*

Tabla 36-4: Mano de obra indirecta para el área productiva

Denominación	RMU	Gasto anual	Funciones principales
Técnico	600,00	7800,00	Encargado de dar seguimiento al desarrollo del proyecto en conjunto con las dos comunidades
Total		\$ 7200,00	

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.2.4.2 Materiales e insumos

Tabla 37-4: Gastos en materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Precio unitario	Gasto anual
Desayuno	14x48	3,5	2352,00
Almuerzos	21x48	3,5	3528,00
Refrigerios	21x48	2	2016,00
Merienda	14x48	3,5	2352,00
Hospedaje	7x48	25	8400
Transporte	14	220	3080
Total			21728,00

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3 Viabilidad ambiental

El estudio ambiental se realizó a través de la matriz de Lázaro Lagos, tomando en cuenta sus componentes y de esa manera se identificó los impactos ambientales producidos por el producto, para descubrir las acciones se tomaron en cuenta las principales componentes que tendrá el proyecto.

4.3.1 Parámetros de valoración de la magnitud e importancia de la matriz

4.3.1.1 Naturaleza

Si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) de ser negativo se marcará con (-).

4.3.1.2 Magnitud

Esta variable mide la magnitud de los impactos generados por el proyecto y se determina a través de tres rangos:

Tabla 38-4: Valores para calcular la magnitud de los impactos

Valores	Criterios	Descripción
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

Fuente: Bustos, 2010

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.1.3 Importancia

Esta variable permite ver el nivel de significación de los impactos en la zona de aplicación del proyecto, a través de tres rangos de evaluación:

Tabla 39-4: Valores para establecer la importancia de los impactos

Valores	Criterios
0	Sin importancia
1	Menor importancia
2	Moderada importancia

Fuente: Bustos, 2010

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.1.4 Certeza

Esta variable permite determinar el impacto que ocurrirá y lo define a través de tres rangos establecidos:

Tabla 40-4: Valores para determinar la certeza de los impactos

Valores	Criterios
C	Si el impacto ocurriese con una probabilidad del 75%
D	Si el impacto ocurriese con una probabilidad de entre 50 a 75%
I	Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto

Fuente: Bustos, 2010

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.1.5 Tipo

Esta variable define si el impacto ambiental es tiene consecuencias directas, indirectas o se produce por impactos individuales repetitivos y se establece a través de los siguientes valores:

Tabla 41-4: Valores para determinar los tipos de impactos

Valores	Criterios	Descripción
Pr	Primario	Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto
Sc	Secundario	Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto
Ac	Acumulativo	Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos

Fuente: Bustos, 2010

Realizo por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.1.6 Reversibilidad

Esta variable diagnostica si el impacto es transformable o no y se calcula con los siguientes valores:

Tabla 42-4: Valores para determinar la reversibilidad de los impactos

Valores	Criterios	Descripción
1	Reversible	Si el impacto es transformable por mecanismos naturales
2	Irreversible	Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales

Fuente: Bustos, 2010

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.1.7 Duración

Esta variable establece el tiempo que va a durar los impactos y se lo determina a través de los siguientes valores:

Tabla 43-4: Valores para determinar la reversibilidad de los impactos

Valores	Criterios	Descripción
1	A corto plazo	Si el impacto permanece menos de 1 año
2	A mediano plazo	Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años
3	A largo plazo	Si el impacto permanece más de 10 años

Fuente: Bustos, 2010

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.1.8 *Tiempo en aparecer*

Esta variable determina el que lapso ocurrirán los impactos ambientales y están definidos por:

Tabla 44-4: Valores para determinar el tiempo en que aparece los impactos

Valores	Criterios	Descripción
C	A corto plazo	Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto
M	A mediano plazo	Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto
L	A largo plazo	Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto

Fuente: Bustos, 2010

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.1.9 *Considerado en el proyecto*

Esta variable establece los impactos que fueron y no fueron considerados.

Tabla 45-4: Valores para determinar los impactos considerados

Valores	Criterios	Descripción
S	Si	Si el impacto fue considerado en el proyecto
N	No	Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Fuente: Bustos, 2010

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.2 Matriz de Lázaro Lagos

Tabla 46-4: Matriz de Lázaro Lagos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN								IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN										
Componentes ambientales	1. Educación ambiental	2. Caminatas	3. Tránsito en el sendero	4. Demostraciones culturales	5. Participación de los habitantes	6. Normas de comportamiento	7. Observación de flora y fauna		8. Interacción de los turistas con las comunidades	1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AGUA																			
B. SUELO			X						Presencia de basura	(-)	2	2	D	Pr	1	1	C	S	6
		X							Erosión del suelo	(-)	2	2	D	Pr	1	2	L	N	7
		X							Compactación del suelo	(-)	2	2	D	Pr	1	2	L	N	7
C. AGUA	X					X			Conservación de fuentes de agua	(+)	1	2	C	Sc	2	3	M	S	7
D. FLORA Y FAUNA	X					X			Conservación de especies de flora y fauna	(+)	3	2	C	Pr	2	3	C	S	11
			X				X		Perturbación del hábitat de flora y fauna	(-)	3	2	D	Pr	1	1	C	N	8
				X			X		Crecimiento de especies en la zona, a través de su conservación, y por ende el aumento de atractivos	(+)	3	2	I	Sc	2	3	L	S	11

E. SOCIO ECONÓMICO	X							X	Aumento de sensibilización y revalorización sobre la conservación de la naturaleza	(+)	1	2	I	Sc	2	3	M	N	7
				X				X	Dinamización de la economía local	(+)	1	2	I	Pr	2	2	M	S	6
F. PAISAJE		X	X			X			Generación de basura	(-)	3	2	D	Pr	2	1	C	S	9
		X	X	X		X	X		Perturbación de las especies a causa del ruido	(-)	3	2	D	Pr	1	1	C	N	8
G. CULTURAL				X				X	Intercambio cultural	(+)	2	2	I	Pr	2	3	C	S	9
				X	X	X		X	Preservación de la cultura	(+)	2	2	C	Pr	2	3	M	S	9
				X				X	Desgaste de la cultura local	(-)	2	2	I	Pr	2	3	L	N	9

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.3 Matriz de cuantificación

Tabla 47-4: Matriz de cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES								TOTALES (+)(-)		TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL(+)	TOTAL(-)	
A											
B		-7-7	-6						--	20	20
C		+7				+7			14	--	14
D	+11		-8			+11	-8		22	16	38
E	+7			+6				+7+6	26	--	26
F		-9-8	-9-8	-8		-9-8	+8		8	59	67
G				+9+9-9	+9	+9		+9+9-9	54	18	72
TOTAL (+)	18	7	--	24	9	27	8	31	124		--
TOTAL(-)	--	31	31	17	--	17	8	9		113	--
TOTAL	18	38	31	41	9	44	16	40	--	--	237

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.3.3.1 Análisis de los resultados

A través de la matriz de Lázaro Lagos, se determinó los impactos positivos y negativos que se presentarían en la ejecución del proyecto, dando como resultado 237 puntos, de los cuales 124 son positivos y 113 negativos, lo que demuestra que el proyecto es viable en el área ambiental. Destacando los componentes socio económico y cultural como los de mayor puntaje positivo, ya que este proyecto busca ayudar en la dinamización económica en las dos comunidades y también aportar a la conservación y fortalecimiento de su cultura. El mayor puntaje negativo corresponde al componente de paisaje considerando que este va a ser el más afectado por la ejecución del proyecto.

Por tal motivo se proponen medidas de prevención y remediación que ayudarán a afrontar los impactos negativos del proyecto.

4.3.4 Acciones para la remediación y prevención de los impactos ambientales

Tabla 48-4: Acciones de remediación y prevención

Actividades que impacten	Efecto	Acciones		Costo
		Remediación	Prevención	
Presencia y generación de basura	Contaminación evita la recuperación de especies de la zona afecta a personas de la comunidad por la presencia de plagas	Realizando jornadas para la recolección de desechos	Implementando normas más estrictas sobre la bota de basura	\$1.000
Perturbación de las especies a causa del ruido	Ocasiona la distribución y comportamiento de las especies, la migración de las especies en busca de otra hábitat, llegando alterar la vegetación y fauna de la zona	Identificando la zona de las especies con mayor porcentaje con perturbadas y disminuir el número de visitantes a esa zona determinada	Limitar el tráfico rodado y pedir a los visitantes que respeten el silencio del entorno	\$800
Desgaste de la cultura local	La falta de participación de las comunidades	Implementar nuevas actividades que ayuden a dinamización en las comunidades	Organizar a las comunidades para la participación de todos en diferentes turnos y realizar charlas enfocadas en los visitantes sobre el respeto a la cultura	\$1.800
Total				\$3.600,00

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.4 Estudio legal –administrativa

4.4.1 Estudio legal

4.4.1.1 Reglamento para el centro de turismo comunitario

➤ Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario (CORDTUCH)

Las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo se encuentra actualmente ofreciendo servicios de tipo natural, cultural y de aventura a través de emprendimientos comunitarios como son: Centro de Servicios Turísticos Comunitarios Chakana ubicado en la comunidad Chorrera Mirador y Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor ubica en la comunidad Pulinguí San Pablo, sin embargo, el Centro de Servicio Turístico Comunitario Casa Cóndor se encuentra dentro de la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario (CORDTUCH), mediante el decreto N° 235 del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), Casa Cóndor se encuentra representado por un miembro autorizado, inicio sus actividades el 10 de abril de 1985 (Registro de Rentas Interna, 2021).

➤ Marco constitucional

Esta asociación se encuentra fundamentada a través de la Constitución del Ecuador donde de acuerdo a la sección cuarta que corresponde a cultura y ciencia en el Artículo 21, señala que las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural a la libertad estética; de la misma manera a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; y enfatiza en difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008-rev.20210, p.10). De igual manera en el Artículo 395 correspondiente a la biodiversidad y recursos naturales la constitución promueve un modelo sustentable de desarrollo y ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008-rev.20210, p.104)

➤ Ley de turismo

En lo que corresponde a la Ley de Turismo (2010), señala la iniciativa y participación de las pueblos y nacionalidades en la actividad turística, de la misma manera señala la posibilidad de poder registrarse como centros de turismo comunitario (CTC) mediante la autoridad nacional de turismo.

4.4.1.2 Requisitos legalizadas y obtención la categoría de CTC

Para que las organizaciones comunitarias puedan iniciar con el trámite para la obtención de la categoría de CTC debe obtener de manera paralela el Registro Único de Contribuyente (RUC).

Tabla 49-4: Requisitos para obtener el registro como CTC

Trámite	Requisitos
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Original y copia a color de la cedula de ciudadanía del representante legal de la organización ➤ Original y copia a color de la papeleta de votación actualizada del representante legal de la organización ➤ Documento que certifique la dirección domiciliaria
Permiso del Cuerpo de Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fotocopia de la cedula de ciudadanía del representante legal ➤ Fotocopia del registro único de contribuyentes (RUC). ➤ Nombramiento del representante legal ➤ Plan de emergencias y evacuación ➤ Fotocopia de la patente de uso de suelo ➤ Formulario de solicitud de inspección ➤ Informe de inspección del Cuerpo de Bomberos (Cuerpo de Bomberos GADM Riobamba)
Licencia única anual de funcionamiento (LUAF)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Certificado de registro en el Ministerio de Turismo. ➤ Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal y de la papeleta de votación actualizada ➤ Fotocopia del registro único de contribuyentes (RUC) ➤ Permiso de uso de suelo ➤ Permiso del Cuerpo de Bomberos ➤ Lista de precios vigentes de los productos que ofertan

<p>Registro Ministerio de Turismo (MINTUR)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a presta ➤ Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad ➤ Nombramiento que acredite la representación del solicitante ➤ Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes ➤ Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas ➤ Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario ➤ Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo ➤ Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos ➤ Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana
<p>Certificado de la Secretaria Nacional de Gestión de la Política</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oficio dirigido al Secretario/a Nacional de Gestión de la Política, solicitando la elaboración de un Informe sobre Resolución de Calidad Comunitaria y suscrito por el representante legal de la organización comunitaria/comuna/comunidad ➤ Nombramiento original del representante legal de la organización comunitaria/comuna/comunidad ➤ Documento de legalización y registro de la directiva vigente, notariado o certificado, por el Secretario de la organización comunitaria/comuna/comunidad ➤ Acuerdo Ministerial original o, resolución de la organización comunitaria/comuna/comunidad, con el número del Acuerdo Ministerial en el que se reconoce la personería jurídica. (Nota: Este documento es expedido por la entidad competente, que es el Ministerio encargado de otorgar la Personería Jurídica) ➤ Estatutos originales aprobados por la asamblea general con el que se obtuvo la personería jurídica ➤ Acta original de la Asamblea General en la que se aprueba la realización de la actividad turística que se va a emprender. Debe contener las actuaciones y resoluciones aprobadas, certificadas por el secretario de organización comunitaria/comuna/comunidad ➤ Proyecto original de la iniciativa turística que se va a desarrollar en la comuna o comunidad ➤ Acta original de la asamblea general sobre las actuaciones y resoluciones para realizar la actividad turística según su objetivo específico. Debe encontrarse certificada por el secretario de la organización comunitaria, comuna o comunidad, debiendo incluir dentro de los objetivos de la organización el de promover acciones lícitas para conservar, desarrollar y fortalecer sus propias formas de convivencia y organización social ➤ Copia del registro único de contribuyentes que autoriza a desarrollar la actividad turística con un RUC debidamente actualizado

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

- Valor de los tramites

Tabla 50-4: Costo de los tramites

Gastos para el registro de CTC	Denominación	Gasto total
	Registro Único de Contribuyentes (RUC)	0,00
	Permiso del Cuerpo de Bomberos	2,00
	Registro Ministerio de Turismo (MINTUR)	100,00
	Certificado de la Secretaria Nacional de Gestión de la Política	100,00
	La Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)	100,00
Total		\$ 320,00

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.4.1.3 *Constitución legal de la organización*

Actualmente Chakana no se encuentra registrado en ningún organismo que certifique su funcionamiento, Casa Cóndor no ha logra en su totalidad la aprobación técnica de calidad comunitaria, a pesar de ya constar con un representante legal y con una personería jurídica debido a eso Casa Cóndor no se encuentra legalizada como CTC (cita Bibliográfica).

4.4.2 *Estudio administrativo*

Para el planteamiento del sistema administrativo se tomó en cuenta como se encuentra organizada Casa Cóndor de la comunidad Pulinguí San Pablo y acoplarlo con la administración que maneja la comunidad Chorrera Mirador.

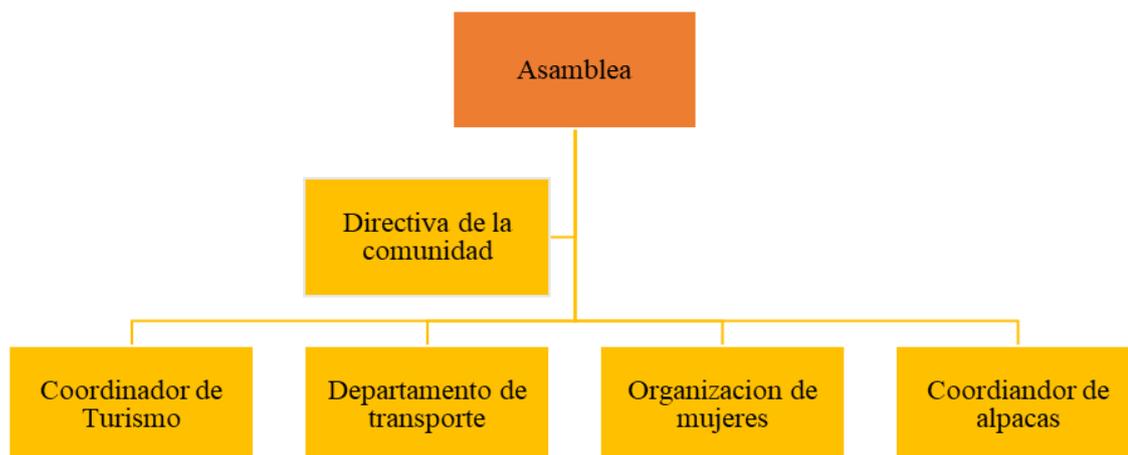


Figura 6-4: Flujograma
 Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.4.3 *Requerimiento en el área administrativa*

4.4.3.1 *Presupuesto del área administrativa*

➤ Talento humano

Tabla 51-4: Talento humano

Denominación	RMU	Gasto anual	Funciones principales
Coordinador general	425,00	5100,00	Coordinar las actividades turísticas
Asesor legal	425,00	5100,00	Realiza los papeles legales necesarios
Total		\$ 10200,00	

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

➤ Activos fijos

Tabla 52-4: Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Precio Unitario	Gasto Anual
Papel bond	12 resmas	3,60	43,20
Esferos	2 caja	30,00	60,00
Lápices	1 caja	4,80	4,80
Marcadores	1 caja	5,00	5,00
Carpetas	20 unidades	0,50	10,00
Carpeta archivadora	10 unidades	3,00	30,00
Borradores	1 caja	4,00	4,00
Tinta para marcadores	3 unidades	2,00	6,00
Clips	5 cajas	1,00	5,00
Tinta para la impresora	5 caja	25,00	125,00
Corrector líquido	1 caja	7,20	7,20
Grapas	1 caja	1,00	1,00
TOTAL			\$ 301,20

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

➤ Activos fijos

Tabla 53-4: Activos Fijos

Tipo de cuenta	Denominación	Cantidad	Precio unitario	Inversión
Terrenos	Terreno	0	0	0
Construcciones y edificaciones	Construcción	0	0	0
Muebles y enseres	Escritorio	1	230,00	230,00
	Silla secretarial	1	65,00	65,00
	Archivador	1	165,00	165,00
	Sillas	5	20,00	100,00
Maquinaria y equipo	Perforadora	1	2,10	2,10
	Engrapadora	1	2,60	2,60
	Teléfono fijo	1	19,00	19,00
Equipo de cómputo	Computadora	1	800,00	800,00
	Impresora	1	75,00	75,00
Total				\$ 1.458,7

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

➤ Activos diferidos

Tabla 54-4: Activos diferidos

Tipo de cuenta	Denominación	Cantidad	Precio Unitario	Inversión
Requisitos de funcionamiento	Registro Único de Contribuyentes (RUC)	1	0,00	0,00
	Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	2,00	2,00
	Registro Ministerio de Turismo (MINTUR)	1	100,00	100,00
	Certificado de la Secretaria Nacional de Gestión de la Política	1	100,00	100,00
	La Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)	1	100,00	100,00
Capacitación antes	Capacitación	1	1000,00	1000,00
Adecuaciones	Adecuaciones	1	4000,00	4000,00
Mejoramiento de servicios básicos	Servicios básicos	1	100	1200,00
TOTAL				\$ 6.502

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5 Determinación de la viabilidad económica financiera

4.5.1 Estudio económico

4.5.1.1 Inversiones

Tabla 55-4: Inversiones

Tipos de inversiones	Costos de inversiones
Activos fijos	74039,7
Terrenos	40000
Construcciones y edificios	30000
Maquinaria y equipo	64,7
Equipo de cómputo	1925
Muebles y enseres	2050
Vehículo	0
Activos diferidos	11051,85
Promoción y publicidad	600
Adecuaciones	4000
Capacitaciones	1300
Gastos de constitución	220
Inversiones de mitigación	3600
Intereses de funcionamiento	1331,85
Capital de trabajo	
Sueldo y salarios	2871,4
Mano de obra directa e indirecta	2050
Materiales e insumos	3707,3
Servicios básicos	600
Total capital de trabajo	9228,7
TOTAL	94320,20

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.2 Usos y fuentes

Tabla 56-4: Usos fuentes

Denominación	Usos	Fuentes	
		Recursos propios	Préstamo
Activos fijos			
Terrenos	40000	40000	
Construcciones y edificios	30000	30000	
Maquinaria y equipo	64,7	65	
Equipo de cómputo	1925	500	1425
Muebles y enseres	2050	500	1550
Vehículo	0		
Total de activos fijos	74039,7	71065	2975
Activos diferidos			
Promoción y publicidad	600	300	300
Adecuaciones	4000	1000	3000
Capacitaciones	1300	1300	
Gastos de constitución	220	220	
Inversiones de mitigación	3600		3600
Intereses de funcionamiento	1331,85	1331,85	
Total de activos diferidos	11051,85	4151,85	6900
Capital de trabajo			
Sueldo y salarios	2871,4	1500	2571,4
Mano de obra directa e indirecta	2050	850	1200
Materiales e insumos	3707,25	3707,25	
Servicios básicos	600	600	
Total capital de trabajo	9228,65	6657,25	3771,4
TOTAL	94.320,20	81.874,10	13.646

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.3 *Calculó de la deuda*

Tabla 57-4: Cálculo de la deuda

AÑO	CAPITAL O PRESTAMO	PAGO DEL CAPITAL	SALDO	PAGO INTERES	CUOTA O PAGAR
2022	13646				
2023	10916,80	2729,2	10916,8	1331,85	4061,05
2024	8187,6	2729,2	8187,6	1065,48	3794,68
2025	5458,4	2729,2	5458,4	799,11	3528,31
2026	2729,2	2729,2	2729,2	532,74	3261,94
2027	0,00	2729,2	0	266,37	2995,57
Total		13646		3995,55	17641,55

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.4 Depreciación de activos fijos

Tabla 58-4: Depreciación de activos fijos

Activo Fijo	Inversión	Depreciación por ley(años)	Depreciación Anual	Duración del proyecto	Depreciación durante el proyecto	Valor de salvamento
Construcciones y edificios	30000	20	1500	5	7500	22500
Maquinaria y equipo	64,70	10	6,47	5	32,35	32,35
Equipo de cómputo	1925	3	641,67	5	3208,33	
Muebles y enseres	2050	10	205	5	1025	1025
Vehículo	0	5	0	5		0
Total	34039,70		2353,14			23557,35

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.5 Amortización de diferidos

Tabla 59-4: Amortización de activos diferidos

Activos Diferidos	Año					
	Valor	2023	2024	2025	2026	2027
Promoción y publicidad	600	120	120	120	120	120
Adecuaciones	4000	800	800	800	800	800
Capacitaciones	1300	260	260	260	260	260
Gastos constitución	220	44	44	44	44	44
Inversiones de mitigación	3600	720	720	720	720	720
Intereses del funcionamiento	1083,1	216,62	216,62	216,62	216,62	216,62
TOTAL	10803,10	2160,62	2160,62	2160,62	2160,62	2160,62

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.6 Estructura de Costos y gastos

Tabla 60-4: Estructura de costos y gastos

Denominación	Año				
	2023	2024	2025	2026	2027
Costos de producción	34028,00	35389,12	36804,68	38276,87	39807,95
MOD	5100,00	5304,00	5516,16	5736,81	5966,28
MOI	7200,00	7488,00	7787,52	8099,02	8422,98
Materiales e insumos	21728,00	22597,12	23501,00	24441,04	25418,69
Costos Administrativos	9721,79	10110,66	10515,08	10935,69	11373,12
sueldos y salarios	2871,40	2986,26	3105,71	3229,93	3359,13
materiales e insumos	3707,25	3855,54	4009,76	4170,15	4336,96
Depreciaciones	2353,14	2447,26	2545,15	2646,96	2752,84
Arriendos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Alquiler	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
servicios básicos	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
gastos por permisos anuales	190,00	197,60	205,50	213,72	222,27
Gastos ventas	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Promoción y publicidad	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Gastos Financieros	1065,48	799,11	532,74	266,37	0,00
Interés	1065,48	799,11	532,74	266,37	0,00
Total	45415,27	46922,89	48501,47	50153,85	51882,98

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.7 Presupuesto de ingresos

Tabla 61-4: Presupuesto de ingresos

Turistas a atender	Año					Total
	2023	2024	2025	2026	2027	
Clientes	402	420	440	460	481	2204
Precio de la ruta	175	175	175	175	175	875
TOTAL	70328,13	73578,97	76987,06	80529,32	84226,42	1928249

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.8 Punto de equilibrio

Tabla 62-4: Punto de equilibrio

RUBRO	Valores
<i>Costos fijos totales</i>	58569,83
<i>Costos variables totales</i>	184306,62
Turistas a atender	2203,713702
Precio de mercado	200
QE=punto de equilibrio para los turistas a atender	209,21
YE=punto de equilibrio para los ingresos	1909986,19
PE=precio de equilibrio	110,21
MG=margen de ganancia	89,79
U=% de producción	3,5%

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Para el presente proyecto el precio de equilibrio calculado es de \$ 110,21 y el precio de venta al público de \$175, se puede decir que el precio de venta al público que establecemos es menor al precio de mercado que es \$200 es decir que el mercado es competitivo frente a otras competencias.

4.5.1.9 Balance de pérdidas y ganancias

Tabla 63-4: Balance de pérdidas y ganancias

Denominación	Años				
	2023	2024	2025	2026	2027
(+)Ventas	70328,1	73579,0	76987,1	80529,3	84226,4
(-)Costos de producción	34028,00	35389,12	36804,68	38276,87	39807,95
Utilidad bruta	36300,13	38189,85	40182,37	42252,45	44418,48
(-)Gastos administrativos	9721,79	10110,66	10515,08	10935,69	11373,12
(-)Gastos en ventas	600,00	624,00	648,96	674,92	701,92
Utilidad operativa	25978,34	27455,19	29018,33	30641,85	32343,45
(-)Gastos financieros	1065,48	799,11	532,74	266,37	0,00
Utilidad antes de repartición de utilidades y pago de impuestos	24912,86	26656,08	28485,59	30375,48	32343,45
(-) el 15% de repartición de utilidades	3736,93	3998,41	4272,84	4556,32	4851,52
Utilidades antes del pago de impuestos	21175,93	22657,67	24212,75	25819,15	27491,93
(-)el 12% de impuestos	2541,11	2718,92	2905,53	3098,30	3299,03
Utilidad neta	18634,8	19938,7	21307,2	22720,9	24192,9

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.5.1.10 Flujo de caja

Tabla 64-4: Flujo de caja

Denominación	Años					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Inversiones	-94320,20					
Valor de salvamento						23557,35
Depreciaciones		2353,14	2353,14	2353,14	2353,14	2353,14
Utilidad neta		18634,818	19938,7483	21307,2193	22720,8561	24192,8972
Flujo de caja	-94320,2	20987,95	22291,885	23660,36	25073,99	50103,38

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

4.6 Evaluación financiera

Tabla 65-4: Evaluación financiera

TIR:	13 %
VAN:	\$24.327,24
PERIOD. RECUPERAC.:	4 - 5 AÑO
RELAC. COSTO / BENEF:	1,26

Realizado por: Moposita, Viviana, 2022.

Realizada la evaluación financiera el proyecto es rentable pues el van es de \$ 24.327,24 la tasa interna corresponde al 13% superior al costo de oportunidad del dinero en el mercado financiero; la relación beneficio costo es de \$1,26 lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0, 26 y el periodo de recuperación de capital se encuentra entre el 4 y 5 año.

CONCLUSIONES

- El proyecto es viable comercialmente pues existe una demanda insatisfecha potencial para el año 2023 con número de turistas de 3.364 y para el año 2027 con 4.028 turistas.
- El proyecto prevé su desarrollo con una capacidad operativa del 12,5 %, con relación a la demanda insatisfecha, que posteriormente incide positivamente en la rentabilidad del mismo; ambientalmente es viable pues las medidas de mitigación son totalmente aplicables.
- El proyecto es legalmente viable una vez que se ha analizado el marco legal administrativo, no se implementara un nuevo tipo de administración ya que las comunidades se encuentran organizadas en la norma de un centro de turismo comunitario CTC donde se maneja de manera estructural y funcional.
- Realiza la evaluación financiera el proyecto es rentable pues el van es de 24.327, 24, la tasa interna corresponde al 13% superior al costo de oportunidad del dinero en el mercado financiero; la relación beneficio costo es de \$1,26 lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0,26 y el periodo de recuperación de capital se encuentra entre el 4 y 5 año. Es decir, el proyecto es viable financieramente.

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el proyecto de acuerdo a la planificación presupuestaria de las áreas comercial, productiva, administrativa y considerando todos los estudios realizados en la presente propuesta.
- Realizar más actividades que puedan unir a las comunidades y de esa manera poder fortalecer la actividad turística en la zona.
- Trabajar en conjunto con las entidades correspondientes para la conservación de los espacios naturales, especies de flora y fauna de la zona.

GLOSARIO

ENCADENAMIENTO TURÍSTICO: es una relación a largo plazo que establecen las unidades empresariales dedicadas al servicio turístico, con el propósito de obtener beneficios en conjunto.

MINTUR: Ministerio de turismo del Ecuador.

MAE: Ministerio del Ambiente.

OMT: Organización Mundial de Turismo.

PRODUCTO TURÍSTICO: producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

TURISMO RURAL: es considerado como la prestación de servicios turísticos, por motivos vacacionales y mediante precio, realizados en alojamientos ubicados en el medio rural, con servicios turísticos para toda actividad que complemente el alojamiento y hagan la oferta más completa.

SISTEMA TURÍSTICO: sistema turístico es un modelo conceptual el cual se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado. Por su parte Boullon propone los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades

BIBLIOGRAFÍA

ALCOCER, J. *Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura.* Revista LEBRET [en línea], 2013, (Colombia) vol. 0, no. 5, pp. 271-291. ISSN 2145-5996. [Consulta: 10 de marzo de 2020]. DOI 10.15332/rl.v0i5.833. Disponible en: file:///D:/1 MIS DOCUMENTOS/Downloads/Dialnet-CompetitividadEnElSectorTuristico-5983197.pdf.

BAYAS, J. & MENDOZA, M. *Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador.* Dominio de las Ciencias [en línea], 2018, (Ecuador) vol. 4, no. 2, pp. 81. [Consulta: 10 de marzo de 2020]. ISSN 2477-8818. DOI 10.23857/dc.v4i2.779. Disponible en: file:///D:/1 MIS DOCUMENTOS/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaElTurismoRuralEnLaZonaCentroDeM-6870907 (1). pdf.

BRAVO, L. ALONSO, A. & MAGELA, P. *La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional?* ECA Sinergia [en línea], 2018, (Ecuador) vol. 9, no. 19, pp. 1-4. [Consulta: 10 de marzo de 2020]. Doi: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195. Disponible en: <file:///D:/1 MIS DOCUMENTOS/Downloads/1195-13-3506-2-10-20190722.pdf>.

BRAVO, O. & ZAMBRANO, P. *Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: Un desafío para la Comuna 23 de noviembre, Ecuador.* Espacios [en línea], 2018, (Venezuela) vol. 39, no. 7. [Consulta: 7 de abril de 2020]. ISSN 07981015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>.

BURBANO, R. *Capítulo iv estudio financiero.* [en línea], 2010, vol. 1, pp. 142-167. Disponible en: file:///C:/Users/rafael/Desktop/estuufgfgnf.pdf.

CALDERÓN VALLEJO, Mayra Mercedes. *Evaluación de tres metodologías de identificación - evaluación y tres metodologías de monitoreo de impactos ambientales provocados por la actividad turística, estudio caso en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo* [En línea] (Trabajo de titulación). (Maestría) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. 2016. [Consulta 2020-04-08]. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/4611/1/20T00688.pdf>.

CASTILLO, O. & POLO, M. & URUCHIMA, F. *El impacto del turismo en la economía local. Una necesidad de medir en el Ecuador.* Killkana Social [en línea], 2018, (Ecuador) vol. 2, no. 3, pp. 153-160. [Consulta: 10 de marzo de 2020]. ISSN 2528-8008. DOI 10.26871/killkana_social.v2i3.344. Disponible en: file:///D:/1 MIS DOCUMENTOS/Downloads/ImpactoDelTurismoEnLaEconomiaLocalUnaNecesidadDe-6584522.pdf.

CORIA, Ignacio. *Estudio de Impacto Ambiental*. Killkana Social [en línea], 2008, (Ecuador) pp. 41. [Consulta: 11 de marzo de 2020]. DOI: https://doi.org/10.26871/killkana_social. v2i3.344
Resumen Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/877/87702010.pdf>.

DIARIO LOS ANDES. *Parques Nacionales y Reservas Faunísticas tuvieron gran afluencia turística* [en línea], 2019, Riobamba - Chimborazo, 7 noviembre 2019. Disponible en: <https://diariolosandes.com.ec/parques-nacionales-y-reservas-faunisticas-tuvieron-gran-afluencia-turistica/>.

DUARTE, Tito et al. *Análisis económico de proyectos de inversión*. Scientia Et Technica [en línea], 2007, (Colombia) vol. 13, no. 035, pp. 333-338. [Consulta: 11 de Marzo de 2020]. ISSN 0122-1701. DOI 10.22517/23447214.5429. Disponible en: <file:///D:/1 MIS DOCUMENTOS/Downloads/Dialnet-Analisiseconomicodeproyectosdeinversion-4804214.pdf>.

HUERTAS, Netty. *Turismo Rural Comunitario: Una Propuesta Metodológica De Innovación*. [En línea] (Trabajo Doctoral) Universidad de Girona, Cataluña, España. 2015. [Consulta 2050-04-07] Disponible en: <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/12366/tmch1de1.pdf?sequence=1>.

LUCA, Carmen et al. *El emprendimiento social en el turismo comunitario de la provincia de Manabí, Ecuador*. Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales [en línea], 2019, (Ecuador) vol. 21, no. 3, pp. 661-680. [Consulta: 19 de marzo de 2020]. ISSN 13170570. DOI 10.36390/telos213.09. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99360575008>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Turismo en Cifras*. GEO VIT. [en línea], 2018, [Consulta: 19 de marzo de 2020]. Disponible en: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico>

MINISTERIO DEL AMBIENTE. *6 245 turistas visitaron áreas protegidas de Chimborazo*. [en línea], 2018, [Consulta: 19 de marzo de 2020] S.l.: Disponible en: <https://www.ambiente.gob.ec/6-245-turistas-visitaron-areas-protegidas-de-chimborazo/>.

MINISTERIO DE TURISMO. *El turismo en Ecuador cuenta con cinco hitos en 2019*. [en línea], 2019, (Quito): Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-en-ecuador-cuenta-con-cinco-hitos-en-2019/>.

MORALES, Carlos. *Formulación y Evaluación de Proyectos*. [en línea], 2010, S.l. [Consulta: 19 de marzo de 2020]. Disponible en: https://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf.

MUÑOZ, Eduardo. *Guía-formulación-y-evaluación-ml-ecoturismo*. [Folleto], 2018, Riobamba, Ecuador.

NASIMBA, Cristina, & CEJAS, Magda. *Diseño De Productos Turísticos Y Sus Facilidades.* Qualitas [en línea], 2015, (Ecuador) vol. 10, pp. 22-39. [Consulta: 19 de marzo de 2020]. Disponible en: https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_Nasimba-y-Cejas-diseño-de-productos-turísticos-y-sus-facilidades.pdf.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Panorama del turismo internacional El turismo internacional sigue adelantando a la economía mundial.* Organización Mundial del Turismo [en línea], 2019, pp. 23. [Consulta: 19 de marzo de 2020]. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>.

RODRÍGUEZ, Olmar. *Importancias de los encadenamientos económico para el sector turístico.* [en línea], 2014, Disponible en: https://www.google.com/search?ei=77OGXsCXFsHI_QbHsYaACA&q=importancias+de+los+encadenamientos+economico+para+el+sector+turistico+pdf&oq=importancias+de+los+encadenamientos+economico+para+el+sector+turistico+pdf&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQAzoECAAQRzoECCEQCICQF1jOJ2DZLmgAcAJ4AIABmwKIAesGkgEFMC4yLjKYAQCgAQGqAQQnd3Mtd2l6&sclient=psy-ab&ved=0ahUKEwiAy9y4rsvoAhVBZN8KHceYAYAQ4dUDCAs&uact=5.

SANTAMARÍA FREIRE, Edwin Javier, & LÓPEZ PÉREZ, Sonia de los Angeles. *Beneficio social de la actividad turística en Ecuador.* Revista Venezolana de Gerencia [en línea], 2019, (Venezuela) vol. 24, no. 86, pp. 4. [Consulta: 17 de marzo de 2020]. ISSN 1315-9984. DOI 10.31876/revista.v24i86.23771. Disponible en: <file:///D:/1 MIS DOCUMENTOS/Downloads/Beneficio social de la actividad turística.pdf>.

SERNAPUR. *Estudio de Mercado - La demanda. 23 de Julio* [en línea], 2009, (Chile) [Consulta: 17 de Marzo de 2020]. S.l.: Disponible en: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/Estudio-de-mercado.pdf>.

VARISCO, Cristina. *Sistema turístico. subsistemas, dimensiones y conceptos trans disciplinarios.* Benseny, G. (Coord) *Gestores costeros. De la teoría a la práctica: una aplicación en áreas litorales (1° ed.)* [En línea], 2013, (Argentina) [Consulta: 17 de marzo de 2020]. S.l.s.n., ISBN 978-987-543-755-5. Disponible en : <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

VILLAREAL ERAZO, Jhonny Vladimir. *Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el cantón Huaca, provincia del Carchi.* [en línea]. (Trabajo de titulación). (Grado) Universidad Técnica del Norte, Facultad de ciencias administrativas y económicas, Huaca, Ecuador. 2013. [Consulta: 2020-03-25]. Disponible en: http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2371/1/02_ICO_322_TESIS.pdf



ANEXOS

A. MATRIZ PROCESO CREATIVO

Criterios Ideas	Nivel de Innovación	Mercado potencial	Conocimiento Técnico	Requerimiento de capital	Tendencia Nacional	Total
Total						

B. ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE LICENCIATURA EN TURISMO

Encuesta

El presente documento tiene como finalidad indagar en los intereses de los viajeros sobre un producto turístico. Se le pide de la manera más comedida seleccionar con una (x) el ítem con el cual, se sienta más identificado.

Información general

1. Género

Masculino ()

Femenino ()

2. Edad.....

3. Lugar de procedencia

País:.....Provincia:.....Ciudad:.....

4. ¿Cuándo elije viajar?

Ferriados ()

Ocasionalmente ()

Fines de semana () Sin planificación ()

5. ¿Cómo le gusta viajar?

Solo () En pareja ()

Con amigos () En familia ()

6. ¿Cuántas personas lo acompañan en un viaje?

1 a 2 () 5 a 6 ()

3 a 4 () 7 o más ()

7. ¿Está de acuerdo que en las comunidades Pulingui San Pablo y Chorrera Mirador se implemente un producto que encadene recursos Naturales y Culturales de la zona?

Si ()

No ()

8. ¿Qué tipo de actividades le gusta realizar?

Acampar () Fotografía ()

Fogata () Actividades en la comunidad ()

Deportes de aventura () Recorrido por el Nevado Chimborazo ()

Cicloruta ()

9. ¿Qué servicios turísticos considera importantes y necesarios que se brinde dentro del producto turístico?

10.

Alimentación () Transporte ()

Guianza () Campamento comunitario ()

Alojamiento ()

10. ¿Cuántos días suele tomar de vacaciones?

Uno () Tres ()

Dos () más de cuatro ()

11. ¿Cuánto gasta usted por día cuando sale de viaje?

40\$-60\$ () 80\$-100\$ ()

60\$-80\$ () Más de 100 ()

12. ¿Qué forma de pago prefiere usted?

Efectivo

Tarjeta de crédito

13. ¿Por qué medios le gustaría informarse de la promoción de productos turísticos?

Medios electrónicos () Televisión ()

Radio () Periódico ()

C. FOTOS







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: 17 / 03 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Viviana Guadalupe Moposita Achachi
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciada en Turismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



[Handwritten signature in blue ink]

0414-DBRA-UTP-2023