

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE IMANTAG,**  
**CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**LUIS ERNESTO ARAQUE ARAQUE**

**TESIS**

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

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



**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2012**

## **CERTIFICACIÓN**

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: “**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA**”, de responsabilidad del Señor Egresado Luis Ernesto Araque Araque, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL DE TESIS:**

Ing. Patricia Tierra

**DIRECTORA**

Ing. Andrea Guadalupe

**MIEMBRO**

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

**Riobamba, Mayo del 2012**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la oportunidad de vivir. A mis padres, por todo el apoyo incondicional que me han brindado para poder surgir y culminar una de mis primeras metas de mi vida. A mis maestros quienes me han nutrido de sus conocimientos. A la Ingeniera Patricia Tierra directora de tesis y la Ingeniera Andrea Guadalupe por orientación y tiempo.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo con todo esfuerzo, amor y dedicación al ser maravilloso y que siempre está en todo momento que yo me encuentre DIOS, que por su amor me permitió dar un paso gigante de mi vida. A mi familia por estar apoyándome constantemente en la lucha para el cumplimiento de mis metas.

## CONTENIDO

Pág.

<b><u>I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURISTICO PARA LA PARROQUIA DE IMANTAG, CANTON COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA</u></b> .....	1
<b><u>II. INTRODUCCIÓN</u></b> .....	1
<b>A. JUSTIFICACIÓN</b> .....	2
<b>B. OBJETIVOS</b> .....	2
<b>C. HIPOTESIS</b> .....	3
<b><u>III. REVISIÓN BIBLIOGRAFICAS</u></b> .....	4
<b>A. TURISMO</b> .....	4
<b>B. PRODUCTO TURÍSTICO</b> .....	4
1. <b><u>Diseño de un producto turístico</u></b> .....	4
<b>C. DIAGNÓSTICO DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL AREA</b> .....	7
1. <b><u>Ámbito Biofísico</u></b> .....	9
2. <b><u>Ámbito Socioeconómico</u></b> .....	9
3. <b><u>Ámbito Político Institucional</u></b> .....	12
4. <b><u>Ámbito Turístico</u></b> .....	12
<b>D. ANÁLISIS DE PRIORIZACION DE PROBLEMAS</b> .....	14
<b>E. INVENTARIO DE ATRACTIVOS</b> .....	15
<b>F. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b> .....	17
1. <b><u>Atractivos naturales</u></b> .....	18
2. <b><u>Atractivos culturales</u></b> .....	18
3. <b><u>Imagen turística</u></b> .....	21
<b>G. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	21
<b>H. OFERTA TURÍSTICA</b> .....	26
<b>I. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS</b> .....	28
<b>J. DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO TURISTICO</b> .....	31
<b>K. ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES</b> .....	34
<b>L. ANALISIS ECONOMICA Y FINANCIERO</b> .....	36
<b><u>IV. MATERIALES Y MÉTODOS</u></b> .....	37
<b>A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR</b> .....	37
1. <b><u>Localización</u></b> .....	37
<b>B. MATERIALES Y EQUIPOS</b> .....	41
<b>C. METODOLOGÍA</b> .....	41
<b><u>V. RESULTADOS</u></b> .....	49
<b>A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA DE IMANTAG</b> .....	49
1. <b><u>Ubicación geográfica</u></b> .....	49
2. <b><u>Datos históricos</u></b> .....	50

3. <u>Ámbito Biofísico</u> .....	50
4. <u>Ámbito Socioeconómico y Cultural</u> .....	53
5. <u>Ámbito Político Institucional</u> .....	60
6. <u>Ámbito Turístico</u> .....	61
<b>B. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE IMANTAG</b> .....	63
<b>C. INVENTARIO CULTURAL</b> .....	85
1. <u>Inventario de los recursos culturales de la parroquia de Imantag</u> .....	85
a. <u>Lista de bienes del Patrimonio Cultural</u> .....	85
b. <u>El saber popular diario</u> .....	86
c. <u>Formas de vida de las familias</u> .....	91
<b>D. IMAGEN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA DE IMANTAG</b> .....	104
<b>E. ANÁLISIS Y PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS</b> .....	105
<b>F. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	108
1. <u>Análisis de la demanda</u> .....	108
a. <u>Resultado del estudio de mercado</u> .....	109
b. <u>Proyección de la demanda actual para los próximos 10 años</u> .....	140
2. <u>Análisis de la Oferta</u> .....	142
a. <u>Oferta de la comunidad de El Morlán</u> .....	143
3. <u>Análisis de la competencia</u> .....	146
4. <u>Proyección de la oferta</u> .....	151
5. <u>Confrontación de la demanda - oferta</u> .....	152
<b>G. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO</b> .....	154
a. <u>Servicio de alojamiento - instalaciones</u> .....	154
b. <u>Servicio de alimentación</u> .....	163
c. <u>Servicio de Guianza</u> .....	167
d. <u>Productos complementarios</u> .....	170
2. <u>Diseño de facilidades turísticas</u> .....	171
3. <u>Empaquetamiento</u> .....	180
d. <u>Diseño de paquetes turísticos</u> .....	182
f. <u>Requerimientos de operación general del CTC EL Morlán</u> .....	188
5. <u>Análisis de Costos de los paquetes</u> .....	189
6. <u>Cotización de tarifas para los servicios del CTC EL Morlán</u> .....	191
7. <u>Punto de equilibrio de los paquetes turísticos</u> .....	192
8. <u>Proyectos complementarios asociados a la actividad turística</u> .....	193
9. <u>Comercialización del producto de turismo comunitario</u> .....	197
c. <u>Estudio mercadotécnico</u> .....	199
a) <u>Plan de Publicidad para la Operación de Turismo Comunitario El Morlán</u> .....	205
10. <u>Gestión de la unidad del emprendimiento comunitario</u> .....	210
a. <u>Estructura administrativa y operativa</u> .....	210
b. <u>Manual de funciones de la OTC Morlán</u> .....	211
c. <u>Manual de procedimientos</u> .....	222
d. <u>Herramientas para la gestión administrativa y operativa de la OTC El Morlán</u> .....	228
e. <u>Normativa del CTC Morlán</u> .....	230
f. <u>Mecanismo de redistribución</u> .....	235
11. <u>Áreas de capacitación necesarias en la OTC El Morlán</u> .....	235
12. <u>Evaluación de impactos ambientales y culturales</u> .....	244
c. <u>Medida de mitigación de impactos</u> .....	249
13. <u>Marco Legal para la operación</u> .....	250

<b>14. <u>Estudio económico y financiero</u></b> .....	256
<b>V. <u>CONCLUSIONES</u></b> .....	264
<b>VI. <u>RECOMENDACIONES</u></b> .....	266
<b>VII. <u>BIBLIOGRAFÍA</u></b> .....	285
<b>VIII. <u>ANEXOS</u></b> .....	287

## LISTA DE CUADROS

N°	Descripción	Páginas
01	Lista de flora de la parroquia de Imantag .....	51
02	Fauna representativa de la parroquia de Imantag .....	52
03	Infraestructura de educación de la parroquia de Imantag .....	55
04	Frecuencias del servicio de transporte a la parroquia de Imantag .....	58
05	Representantes de la parroquia de Imantag. ....	60
06	Estructura organizativa de la parroquia de Imantag. ....	61
07	Establecimientos de servicios turísticos de la parroquia de Imantag.....	62
08	Atractivo Mirador Muyu Urcu .....	63
09	Atractivo Vertiente Hierba Buena. ....	66
10	Atractivo Cascada Caballito .....	69
11	Atractivo Bosque Protector Peribuela.....	72
12	Atractivo Volcán Cotacachi.....	75
13	Atractivo Lagunas de Piñán .....	78
14	Atractivo Iglesia Imantag.....	81
15	Resumen de los atractivos turísticos .....	84
16	Uso de plantas medicinales .....	89
17	Calendario de fiestas y ritos del año .....	98
18	Análisis de problemas y soluciones .....	106
19	Análisis Interno y Externo .....	107
20	Edad de turistas nacionales .....	109
21	Media aritmética de la edad del turista nacional.....	110
22	Género de los turistas nacionales.....	110
23	Procedencia de turistas nacionales.....	112
24	Nivel de educación de los turistas nacionales.....	112
25	Ingreso promedio mensual de los turistas nacionales.....	113
26	Frecuencias de realizar las actividades turísticas.....	114
27	Acompañamiento de viaje de los turistas nacionales.....	115
28	Medio de comunicación por el cual se informan los turistas nacionales.....	115
29	Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag. ....	116
30	Nivel de aceptación de visita de los turistas nacionales .....	117
31	Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento de turistas nacionales. ....	118
32	Nivel de interés sobre el tipo de alimentación de turistas nacionales.....	118
33	Gustaría que se oferte guías. ....	119
34	Actividades que les gustaría realizar en Imantag.....	119
35	Tiempo de permanencia de los turistas nacionales.....	120
36	Gasto de turista nacional por día .....	121
37	Forma de pago por turismo. ....	122
38	Procedencia de turistas extranjeros.....	123
39	Ocupación de los encuestados. ....	123
40	Edad de los turistas extranjeros. ....	124
41	Media aritmética de la edad del turista extranjero .....	125
42	Género de los turistas extranjeros.....	126
43	Nivel de educación de los turistas extranjeros.....	126

44	Ingreso promedio mensual de los turistas extranjeros .....	127
45	Frecuencias para realizar actividades turísticas .....	129
46	Acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros .....	129
47	Medio de comunicación por el cual se informa .....	130
48	Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag .....	132
49	Nivel de aceptación de la visita de los turistas extranjeros .....	132
50	Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento de turistas extranjeros .....	132
51	Nivel de interés sobre el tipo de alimentación de turistas extranjeros .....	133
52	Nivel de interés sobre el tipo de guianza de turistas extranjeros .....	134
53	Actividades que le gustaría realizar en Imantag .....	135
54	Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros .....	136
55	Gastos de turistas extranjeros por día .....	136
56	Forma de Pago. ....	137
57	Proyección de la demanda actual nacional y extranjera para los próximos diez años ....	139
58	Proyección de la demanda potencial para los próximos diez años .....	140
59	Modalidades que se complementan al turismo comunitario.....	145
60	Caracterización de la oferta de turismo de Runa Tupari .....	145
61	Operación de Turismo Comunitario Peribuela .....	146
62	Operación de Turismo Comunitario Piñán .....	147
63	Operación de Turismo Comunitario Intag .....	148
64	Análisis de la competencia .....	149
65	Proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos diez años .....	150
66	Demanda insatisfecha de turistas nacionales .....	151
67	Demanda insatisfecha de turistas extranjeros .....	152
68	Cuota objetivo de mercado de la demanda nacional y extranjera .....	152
69	Equipamiento necesario para del área de recepción .....	157
70	Equipamiento necesario para el área común.....	158
71	Equipamiento necesario para las habitaciones.....	159
72	Equipamiento necesario para los baños .....	159
73	Presupuesto estimado de la vivienda típica .....	160
74	Materiales y equipo del restaurante .....	163
75	Costo de las credenciales .....	167
76	Costo del panel informativo para bordados, artesanías y elaboración de sombreros .....	170
77	Diseños del sistema de señalización turística .....	172
78	Diseño del letrero orientativo para el sendero “Muyu Urcu” .....	173
79	Diseño del letrero interpretativo para el sendero “Muyu Urcu” .....	174
80	Ubicación de los letreros interpretativos “Muyu Urcu” .....	175
81	Diseño del letrero orientativo para el sendero “Cutacachi Urcu” .....	176
82	Ubicación de los letreros interpretativos “Cutacachi Urcu” .....	177
83	Diseño de los letreros interpretativos para el Sendero “Cutacachi Urcu” .....	179
84	Atractivos turísticos y actividades turísticas de El Morlán.....	180
85	Paquete Imantag Alli Kawsay .....	181
86	Paquete Cotacachi Mama Razu .....	182
87	Paquete Muyu Urcu .....	188
88	Detalle del costo del paquete “Imantag Alli Kawsay” .....	188
89	Detalle del costo del paquete “Cotacachi Mama Razu” .....	189
90	Detalle del costo del paquete “Muyu Urcu” .....	190
91	Cotización de tarifas para los servicios del CTC EL Morlán .....	191

92	Porcentaje de aceptación de los paquetes comunitarios .....	191
93	Punto de equilibrio de los paquetes .....	192
94	Proyecto complementario de taller artesanal .....	193
95	Proyecto complementario - Parcelas agro ecológicas.....	195
96	Canales de comercialización para la OTC El Morlán.....	198
97	Tarifario de paquetes turísticos para negociación con intermediarios.....	201
98	Tabla de comisión para las agencias y operadoras turísticas.....	201
99	Aliados estratégicos para el CTC El Morlán. ....	202
100	Matriz de estrategias de plaza para la OTC El Morlán.....	204
101	Plan de publicidad para la OTC El Morlán.....	208
102	El personal del Centro de Turismo Comunitario El Morlán .....	211
103	Manual de funciones área administrativa .....	211
104	Manual de funciones área contabilidad .....	215
105	Manual de funciones área alimentación.....	218
106	Manual de funciones área Guianza .....	219
107	Manual de funciones área mantenimiento .....	220
108	Ficha de registro de visitantes.....	228
109	Encuesta para evaluar la satisfacción de los visitantes .....	229
110	Porcentaje de contribución de los servicios que ofrece el CTCM.....	235
111	Contenido de la capacitación para el área administrativa.....	237
112	Contenido de la capacitación para el área de operativa – guianza.....	238
113	Contenido de la capacitación para el área de operativa – alimentación .....	239
114	Contenido de la capacitación para el área de operativa – contabilidad .....	241
115	Contenido de la capacitación para el área de operativa – comunal .....	242
116	Programas de capacitación.....	242
117	Acciones y responsabilidades de las áreas de capacitación .....	242
118	Presupuesto para las áreas de capacitación.....	244
119	Cuantificación de impactos.....	248
120	Medida de mitigación de impactos .....	249
121	Proyección de la demanda objetiva de los turistas extranjeros .....	256
122	Ingresos para el centro de turismo comunitario El Morlán .....	257
123	Remuneración al personal .....	257
124	Costos área alimentación .....	258
125	Costos área de servicios básicos .....	258
126	Costos área de baterías sanitarias .....	258
127	Costos de promoción .....	258
128	Costos de capacitación al personal .....	259
129	Costos útiles de limpieza .....	259
130	Costos de inversión .....	259
131	Depreciación de activos fijos.....	260
132	Estado de pérdidas y ganancias .....	261
133	Flujo de caja.....	262
134	Evaluación financiera .....	262

## LISTA DE GRAFICOS

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Páginas</b>
1	Mapa de límites de la parroquia de Imantag.....	49
2	Mapa de atractivos turísticos de la parroquia de Imantag .....	84
3	Edad de turistas nacionales .....	111
4	Género de los turistas nacionales .....	111
5	Procedencia de turistas nacionales .....	112
6	Nivel de educación de los turistas nacionales .....	112
7	Ingreso promedio mensual de los turistas nacionales .....	113
8	Frecuencias de realizar las actividades turísticas .....	114
9	Acompañamiento de viaje de los turistas nacionales .....	114
10	Medio de comunicación por el cual se informan los turistas nacionales .....	115
11	Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag .....	116
12	Nivel de aceptación de visita de los turistas nacionales .....	117
13	Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento .....	118
14	Nivel de interés sobre el tipo de alimentación .....	118
15	Nivel de interés sobre el tipo de guianza .....	119
16	Actividades que les gustaría realizar en Imantag .....	120
17	Tiempo de permanencia de los turistas nacionales .....	121
18	Gasto de turista nacional por día .....	121
19	Forma de pago por turismo .....	122
20	Procedencia de turistas extranjeros .....	123
21	Ocupación de los turistas extranjeros .....	124
22	Edad de los turistas extranjeros .....	125
23	Género de los turistas extranjeros .....	126
24	Nivel de educación de los turistas extranjeros .....	127
25	Ingreso promedio mensual de los turistas extranjeros .....	128
26	Frecuencias para realizar actividades turísticas .....	129
27	Acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros .....	129
28	Medio de comunicación por el cual se informa .....	130
29	Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag .....	131
30	Nivel de aceptación de la visita .....	132
31	Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento .....	133
32	Nivel de interés sobre el tipo de alimentación de turistas extranjeros .....	133
33	Nivel de interés sobre el tipo de guianza .....	134
34	Actividades que le gustaría realizar en Imantag .....	135
35	Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros .....	136
36	Gastos de turistas extranjeros por día .....	137
37	Forma de Pago .....	137
38	Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos diez años	141
39	Proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos diez años .....	151
40	Croquis de la ubicación de los letreros en los senderos Muyu Urcu y Cutacachi Urcu ...	179
41	Mapa de ubicación de la comunidad de El Morlán .....	186
42	Mapa del circuito turístico Naturaleza y Cultura de la comunidad de El Morlán .....	187
43	Logo de la OTC El Morlán .....	196
44	Organigrama estructural de la comunidad de El Morlán .....	210

## LISTA DE DISEÑOS

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Páginas</b>
01	Plano del albergue turístico.....	155
02	Fachada lateral izquierda .....	155
03	Fachada lateral derecho .....	156
04	Fachada posterior.....	156
05	Credencial de identificación del personal de operación de la OTC Morlán .....	167
06	Etiqueta para las artesanías .....	170
07	Letrero orientativo de la OTC Morlán.....	172
08	Letrero orientativo para el sendero “Muyu Urcu” .....	173
09	Letrero interpretativo para el sendero “Muyu Urcu” .....	174
10	Letrero orientativo para el sendero “Cutacachi Urcu”.....	176
11	Letreros interpretativos para el Sendero “Cutacachi Urcu”.....	178

**LISTA DE FOTOS**

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>	<b>Páginas</b>
01	Mirador Muyu Urcu.....	63
02	Vertiente Hierba Buena .....	66
03	Cascada Caballito .....	69
04	Bosque Protector de Peribuela.....	72
05	Volcán Cotacachi .....	75
06	Lagunas de Piñán .....	78
07	Iglesia Imantag.....	81

**LISTA DE FIGURAS**

<b>N°</b>	<b>Descripción</b>	<b>Páginas</b>
01	Diagrama del proceso productivo del paquete “Imantag Alli Kawsay” .....	224
02	Diagrama del proceso productivo del paquete “Cotacachi Rrazu Mama” .....	225
03	Diagrama del proceso productivo del paquete “Muyu Urcu” .....	226
04	Diagrama del proceso productivo del área del Restaurante.....	226

## LISTA DE ANEXOS

<b>Nº</b>	<b>Descripción</b>
01	Servicios de alojamiento, alimentación y distracción de la Ciudad de Cotacachi
02	Boleta censal para las comunidades de la parroquia de Imantag
03	Ficha de inventario de atractivos turísticos
04	Cuadro de valoración de atractivos
05	Cuadro de descripción de parámetros y criterios de valoración
06	Ficha para el inventario del Patrimonio Cultural
07	Encuesta a aplicar a turistas nacionales
08	Encuesta a aplicar a turistas extranjeros
09	Calculo de la demanda insatisfecha
10	Calculo de la proyección de la demanda y oferta futura.
11	Mapa parroquial.
12	Menú del restaurante

## **I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA DE IMANTAG, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.**

### **II. INTRODUCCIÓN**

Ecuador gracias a su posición geográfica posee una variedad biológica por unidad de área, que genera una impresionante diversidad de hábitats y tipos de vegetación, que se convierten en escenarios óptimos para el desarrollo de la actividad turística, lo cual permite a los turistas y visitantes nacionales y extranjeros conocer escenarios con expresiones socio culturales de diversos grupos humanos que forman parte del país.

La provincia de Imbabura, ubicada en la zona norte de la región Sierra, actualmente ha llegado a posicionarse como una de las “provincias turísticas” del Ecuador, ya que aquí se encuentran maravillosos atractivos naturales como: lagos, lagunas y cielo, colores que se proyectan sobre los relieves montañosos de ahí el nombre de la “Provincia Azul” y atractivos culturales como los pueblos Otavalo, Caranqui, Natabuela e Imantag que poseen un patrimonio cultural propio y característico que los identifica.

Cotacachi cantón de la provincia de Imbabura es conocido como “La capital musical del Ecuador” su belleza paisajística está representada por la Mama Cotacachi y el lago Cuicocha, posee las tradiciones y costumbres andinas más representativas del país como el Inti Raymi y la fiesta de la Jora que posibilitan la llegada de importantes corrientes de turistas y visitantes.

La parroquia de Imantag perteneciente al Cantón Cotacachi se encuentra en la actualidad en proceso del reconocimiento como un pueblo más de la nacionalidad kichwa de la sierra norte, por su ubicación estratégica en las faldas del volcán Cotacachi posee un sin número de recursos como lagunas, la cascada de El Jardín, miradores, bosques primarios y la cultura del pueblo Imantag, que podrían ser utilizados para la estructuración de un producto de Turismo Comunitario que promueva la inversión pública, privada y/o comunitaria para el desarrollo de empresas turísticas locales y la generación de empleos.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

Imantag es una de las parroquias de la zona andina del cantón Cotacachi, la cual posee recursos de gran interés turístico y ambiental, el desarrollo de la actividad turística en la localidad es mínima por el desconocimiento y la inexistencia de investigaciones referentes al turismo, en este sentido la Junta Parroquial de Imantag considera que el aprovechamiento sostenible de estos recursos se constituye en una alternativa de desarrollo para las comunidades de la parroquia y en especial para la comunidad de El Morlán por su interés en la actividad turística y la potencialidad de su territorio.

Bajo esta perspectiva, contar con un estudio técnico que plantee la estructura idónea de un producto turístico y demuestre la factibilidad ambiental, social, cultural, económica y financiera de su implementación garantizará la inversión y la participación local para su gestión.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo General**

Diseñar un producto turístico cultural para la parroquia Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

### **2. Objetivos específicos**

- a) Evaluar el potencial turístico de la parroquia de Imantag.
- b) Desarrollar el estudio de mercado turístico de la parroquia.
- c) Elaborar el estudio técnico del producto turístico.
- d) Elaborar el estudio económico y financiero

## C. HIPÓTESIS

### 1. Hipótesis de trabajo

Contar con un producto turístico para la parroquia de Imantag, contribuye al desarrollo de la actividad turística en forma eficiente y al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. TURISMO**

Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura y salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual, a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (DE LA TORRE Oscar, 1991)

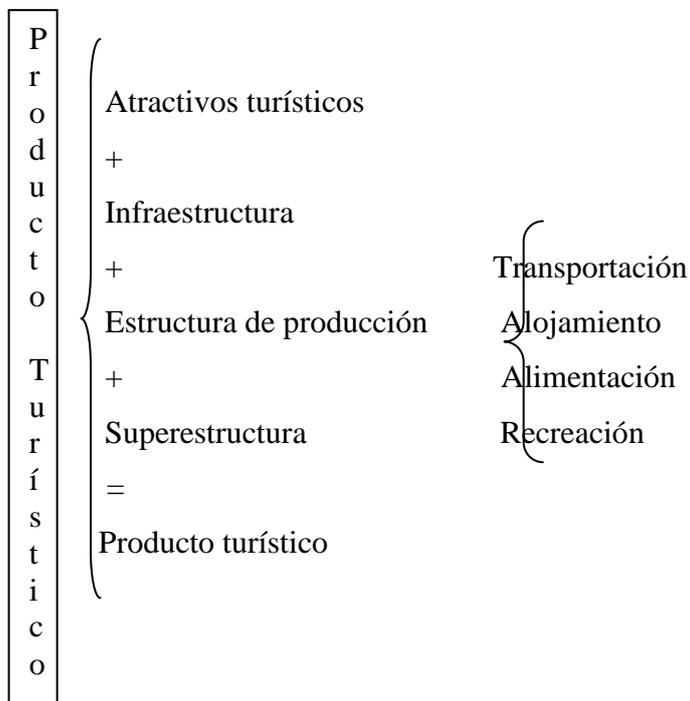
#### **B. PRODUCTO TURÍSTICO**

##### **1. Diseño de un producto turístico**

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. "...se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas." (GURRIA, M. 1991)

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino. Tampoco es posible pensar que todos los destinos tengan absolutamente todos los elementos que más adelante se analizan. (Gurría, 1996)

El producto, o sea, el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos que ya se analizaron y se puede resumir de la siguiente manera:



**Fuente:** GURRÍA M, 1991.

### a. Desarrollo del producto turístico

El producto turístico debe comprender los siguientes elementos:

- Generación de Ideas de empleados, clientes, distribuidores, proveedores y competidores.
- Selección de Ideas.
- Desarrollo y Evaluación de Conceptos con el mercado potencial (Target).
- Formulación de la Estrategia de Mercadeo.
- Análisis del Negocio (revisión de los costos, proyecciones de ventas y rentabilidad).
- Comercialización y evaluación (LÓPEZ, H. 2002)

El producto turístico, frente a un mercado exigente y dinámico, debe percibirse como:

- **Creativo**

A la vez funcional, esto es, que se adapte a los requerimientos de la demanda.

- **Diferenciado**

Con valores agregados, entendidos éstos como aquel “plus” que se otorga y por el que no se cobra.

- **Único**

En un entorno cambiante.

- **Innovador**

Posibilidad de recrearse en función de la aparición de nuevas necesidades y expectativas.

- **Competitivo**

Adecuada relación calidad - precio. Aquel que tiene la mayor calidad posible al menor precio posible.(LÓPEZ, H. 2002)

**b. Paquete turístico**

Conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos.

El “paquete” incluye gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Posibilita programar la oferta para crear un producto turístico nuevo. Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, comidas, diversiones), pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y en una sola transacción.(LÓPEZ, H. 2002)

En un sentido aplicado al tema de producto, el un paquete turístico que se ofrece contemplando opciones y condiciones diferentes de prestación de servicios. Es usual encontrar una amplia gama de posibilidades que se resumen así:

- Tipo de facilidades y servicios ofrecidos: alojamiento, transporte, alimentación, esparcimiento.
- Plan de alimentación: continental, americano, europeo, continental modificado.
- Tipo de acomodación: sencilla (SGL), doble (DBL), suite, vista a la playa.
- Número de noches y días
- Período de vigencia
- Tours y/o actividades adicionales u opcionales.(LÓPEZ, H. 2002)

### **1) Características**

- Se nutre de las características del producto (destino) y de los paquetes.
- Implica una cadena de producción y servicio, por lo que es integral.
- Cada plan, en esencia, no posee carácter de diferenciación. Conlleva un factor de servicios y facilidades prestadas o incluidas.
- Se ofrece con frecuencia bajo el sello de una marca establecida.

### **C. DIAGNÓSTICO DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA**

“El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de ecoturismo pretende responder a las siguientes preguntas:

¿Existen en el área seleccionada para el desarrollo del ecoturismo limitaciones importantes?

¿El área turística seleccionada tiene potencial para desarrollar el ecoturismo?

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes. (VALAREZO, M. 1995)

“El Diagnóstico ayuda a identificar las actividades que permiten el mejoramiento de las condiciones de vida de la población, los cual nos permitirán solucionar algunos problemas. Para poder hacer esto tenemos que conocer y entender la problemática determinada en perspectivas.

La primera es la perspectiva establecida por el investigador de acuerdo a nuestro diagnóstico se debe ir más allá de la vivencia y del mundo de los implicados. Esto permitirá ver las interrelaciones de poder y dependencia” (AYALA, 1999).

El diagnósticoparticipativo es una metodología participativa y cualitativa, que permite recoger datos relacionados con las opiniones, sentimientos y conocimientos que la gente tiene sobre un determinado aspecto. Este se realiza a partir de talleres y consultas (entrevistas) a la población local. Los datos que muestran los diagnósticos locales permiten tener una visión general de la situación socio-económica de la población, desde el punto de vista de la propia población.

La caracterización socio-económica y cultural del área debe complementarse y profundizar a partir de la recolección y análisis de información socio-económica de fuentes bibliográficas como estudios oficiales, hechos a nivel nacional o local que permitan conocer la situación de los servicios, las vías de acceso, las condiciones de salud, de educación, el crecimiento demográfico entre otros”(VALAREZO, M. 1995).

En el área de influencia donde se ubicará y desarrollará el proyecto de ecoturismo, se recopila información referente a los ámbitos: biofísico socioeconómico, político institucional y turístico)

## **1. Ámbito Biofísico**

### **a. Condiciones ambientales de la zona**

- Clima: indicadores tales como los días de sol, el promedio de la temperatura en las diferentes épocas del año.
- Paisaje natural: potencialidades estéticas del ambiente natural.

- Descripción general de flora y fauna representativa y sus condiciones actuales.
- Hidrología: Existencia y potencialidades de uso turístico de lagunas, ríos, etc.
- Morfología: Conviene hacer una revisión inicial sobre las formas geográficas que presenta el sitio sin llegar a un análisis de los accidentes y particularidades de su superficie (topografía).(VALAREZO, M. 1995)

## **2. Ámbito Socioeconómico**

### **a. Aspecto Social**

#### **1) Características básicas de la población**

De ser el caso, se describe las características básicas de la población que habita en el área de influencia donde se desarrollará el proyecto de ecoturismo.

#### **a) Socio demografía**

- Población total
- Estructura de la población por edad y sexo, origen étnico
- Migraciones temporales y definitivas
- Mortalidad y morbilidad
- Tasa de crecimiento
- Pirámides de edad.
- Migración.
- Condiciones ecos salubres: La observación sobre los sitios y el tipo de enfermedades de la población local que habita en el área de influencia del proyecto, puede informar sobre los elementos de insalubridad que el lugar produzca.(VALAREZO, M. 1995)

#### **b) Vivienda**

- Tipo de construcción de vivienda

### **c) Servicios Sociales**

- Infraestructura en salud (número y localización de centros de salud, hospitales básicos, hospitales generales, e institutos especializados, farmacias, etc.)
- Cobertura y acceso localizado de los servicios de salud
- Infraestructura de educación (número y localización de centros educativos primarios, secundarios, técnicos y superiores)
- Cobertura y acceso localizado a servicios de educación
- Nivel de seguridad para la población local y los turistas (Instalaciones policiales)
- Estación de bomberos (VALAREZO, M. 1995)

### **d) Servicios básicos disponibles**

- Localización y cobertura a servicios de agua potable, alcantarillado y baños públicos
- Energía eléctrica
- Recolección y tratamiento de desechos, localización de rellenos sanitarios

### **e) Otros servicios**

- Servicios personales financieros (número de instituciones y su localización)
- Servicios jurídicos (notarías, juzgados)
- Migraciones

“Uno de los aspectos sobre los cuales se debe detallar la información para profundizar los diagnósticos participativos es la diversidad cultural: étnica e interétnica.” (SNAP, Ecuador Plan de manejo, año 2006)

## **b. Aspecto Económico**

### **1) Actividades económicas**

- Agricultura.

- Pesca.
- Ganadería.
- Talleres de artesanía, etc.

## **2) Estructura**

- Superficie de terrenos comunales y privados
- Disposición y precios de terrenos
- Disponibilidad y costos de mano de obra calificada y no calificada en construcciones.

## **3) Estructura y sistema comercial**

- Sitios de abastecimiento como tiendas, almacenes, etc.

## **4) Infraestructura vial**

- Ubicación de vías distancias desde el centro principal o capital a los poblados cercanos
- Tipo de carretera (de primer, segundo o tercer orden)
- Tipo de superficie (asfalto, ripio, tierra)(VALAREZO, M. 1995)

## **5) Accesibilidad**

- Aéreo
- Terrestre
- Acuático, etc.

## **6) Transporte**

- Desarrollo actual del transporte para el acceso dentro y fuera de la zona, frecuencia, principales compañías de transporte, costos de pasajes.

## **7) Telecomunicaciones**

- Ubicación territorial de la existencia de servicios de telefonía
- Servicio de Internet
- Ubicación y número de canales de TV
- Ubicación territorial y número de radio emisoras (VALAREZO, M. 1995)

## **3. Ámbito Político Institucional**

### **a. Político Administrativo**

- Estructura política y administrativa en el lugar.
- Análisis del grado de estabilidad política existente en la zona.

### **b. Organizativo**

#### **1) Red Institucional pública**

- Número de organizaciones No Gubernamentales y localización de su ámbito de trabajo.
- Número tipo y localización de las instituciones públicas.
- Número y localización de las organizaciones, ambientalistas, indígenas, campesinas, vecinales, obreras, de colonizadores, cívicas y otras. (VALAREZO, M. 1995)

## **4. Ámbito Turístico**

### **a. Desarrollo actual del turismo en la zona**

#### **1) Servicios Turísticos**

- Infraestructura de alojamiento (número, localización y categorización)
- Infraestructura de alimentos y bebidas (número, localización y categorización)
- Operadores Turísticas (Agencias de Viaje y operadoras de turismo nacional e internacional)

- Centros de distracción nocturna (bares, discotecas, casinos)
- Tiendas o almacenes para el equipamiento de turistas
- Disponibilidad y costos de mano de obra calificada y no calificada en turismo.
- Impuestos y controles estatales para el desarrollo de un proyecto turístico.
- Estacionalidad.
- Empresas de turismo que operan en la zona.
- Mercados de turismo actuales y principales mercados internos e internacionales potenciales y si éstos mostrarán interés por el tipo de atracciones que la zona puede ofrecer.
- Tipo de modalidad de turismo de los visitantes actuales prefieren realizar en la zona.
- Gasto turístico promedio de los turistas que visitan la zona.
- Especificar todo tipo de desarrollo realizado o planificado de turismo en otras zonas que pueden competir por los mismos mercados.(VALAREZO, M. 1995)

#### **b. Participación local en el Turismo**

- ¿Participa la población local en el desarrollo turístico?
- ¿Cuáles son sus expectativas?
- ¿Está la población local sensibilizada en torno al turismo?
- ¿Cómo puede contribuir la población local para lograr su desarrollo?
- ¿Qué personas pueden jugar el papel de promotores o impulsores para emprender el desarrollo turístico en la zona? (VALAREZO, M. 1995)

#### **c. Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico**

- Conectividad
- Organismos de financiamiento a nivel local o regional, que den créditos para turismo.
- Organizaciones públicas y privadas encargadas del desarrollo turístico a nivel local y regional especificando sus áreas de trabajo o intervención.
- Existencia de algún tipo de planificación donde se estimule el apoyo a la actividad turística de la zona.(VALAREZO, M. 1995)

## D. ANÁLISIS DE PRIORIZACION DE PROBLEMAS

### 1. Matriz FODA

El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad. También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso. (TIERRA, P. 2008)

FORTALEZAS	Lo que tenemos de positivo, lo bueno, lo mejor al interior de la organización
DEBILIDADES	Las limitaciones, lo que nos impide salir adelante como organización, lo negativo al interior de la organización.
OPORTUNIDADES	Lo que podemos conseguir o aprovechar del entorno de fuera de la organización
AMENAZAS	Lo que puede afectar a la organización desde fuera de la misma, lo que nos acecha, peligros externos.

### 2. Matriz CPES

Esta matriz es una adaptación de la metodología planteada en Modelos para Evaluar los diferentes problemáticas suscitadas.

La matriz causa efecto propone para el levantamiento de la información básica, una matriz estructurada por un conjunto de filas y columnas contentivas de la siguiente información:

- En una primera columna se le asignan números a cada una de las causas;
- Lista de los problemas seleccionados por la comunidad, ordenados de mayor a menor importancia.
- El efecto con el que se está relacionando.
- En la cuarta se colocan el conjunto de alternativas propuestas por los participantes durante la realización de los talleres vivenciales, ordenadas y relacionados de acuerdo con cada una de los problemas indicados en la columna anterior.

## **E. INVENTARIO DE ATRACTIVOS**

MINTUR (2004) manifiesta que: “El inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

### **1. Etapas para la elaborar el inventario de atractivos**

#### **a. Clasificación de los atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

#### **b. Recopilación De Información**

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

#### **c. Trabajo De Campo**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

#### **d. Evaluación y Jerarquización**

Evaluar un conjunto de atractivos significa establecer una relación de orden entre los elementos de ese conjunto, en base a la descripción contenida en los formularios de registro de información. El proceso de evaluación conduce a la asignación de una jerarquía.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción:

**Jerarquía IV.**-Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

**Jerarquía III.**-Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**Jerarquía II.**-Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

**Jerarquía I.**- Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

**Rangos de Jerarquización.**- La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada factor, y en función de los parámetros obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo”.

Los rangos son:

- 1 a 25 puntos Jerarquía I  
 26 a 50 puntos Jerarquía II  
 51 a 75 puntos Jerarquía III  
 76 a 100 puntos Jerarquía IV

## **F. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

MINTUR (2004) expresa que “La clasificación de las categorías de atractivos está dada en función de dos grupos: sitios naturales y manifestaciones culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

### **1. Atractivos naturales**

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambiente Lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares y Sistema de Áreas protegidas.

- Montaña.- Prominencias de suelo que se elevan y dominan el terreno circundante, o grandes elevaciones naturales del terreno.
- Planicies.- Terrenos sin altos, bajos pronunciados. Terrenos llanos de alguna extensión.
- Desiertos.- Regiones de escasas precipitaciones atmosféricas.
- Ambientes Lacustre.- El medio que rodea un conjunto de lagos, lagunas y ciénegas.
- Ríos.- Corrientes de agua continua que van a desembocar en otra corriente, lago o en el mar.
- Bosques.- Comunidad de organismos animales y vegetales dominada por una agrupación de árboles.
- Aguas Subterráneas.- Aguas de fondo, localizadas generalmente llenando los espacios vacíos entre la tierra muerta y la roca viva
- Fenómenos Espeleológicos.- Manifestaciones naturales en forma de cavidades subterráneas.
- Costas o Litorales.- Orillas del mar y tierras que están cerca de ellas.

- Ambientes Marinos.- Ámbito donde se desarrolla el ambiente marino.
- Tierras Insulares.- Islas, islotes y archipiélagos. Porciones de tierra rodeadas completamente por agua.
- Sistema de Áreas Protegidas.- Grupo de áreas silvestres que están amparadas bajo las leyes y políticas de la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre, la misma que establece el “Patrimonio de Áreas Naturales del Estado”.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

## 2. Atractivos culturales

MINTUR (2004) “clasifica a los atractivos culturales en:

- **Históricas.**- Son el conjunto de sitios y manifestaciones de épocas pasadas, que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, minas antiguas, sitios arqueológicos, museos, colecciones particulares o aquellos bienes elaborados como apoyo al desarrollo de una época y que actualmente se conservan en iglesias, conventos, museos y colecciones particulares.
- **Etnográficas.**- Esta categoría representa al grupo de atractivos que dan a conocer las expresiones tradicionales que aun tienen vigencia en las costumbres de los pueblos.
- **Realizaciones técnicas y científicas contemporáneas.**- Comprenden aquellas manifestaciones de la sociedad actual en los campos técnicos, científico, minero, agropecuario, industrial, entre otros. La tecnología, en su proceso de desarrollo, cubre los diferentes sectores de la economía, y la función de conocimientos y difusión de tales hechos constituye atractivos para inventariar.

- **Realizaciones artísticas contemporáneas.**- Esta categoría relaciona al grupo de atractivos cuya principal función es mostrar a los turistas y visitantes la celebración de eventos organizados actuales, en los cuales la población puede ser actora o espectadora”.

Guerrero, P(2002) considera que las actividades : “se refiere al campo de los aspectos manifiestos de la cultura, de las manifestaciones observables, materiales, evidentes y más fácilmente perceptible de la cultura, corresponde a los objetos, las artesanías, la música, la danza, las fiestas y ritualidades, la vestimenta, la comida, la vivienda, las prácticas productivas, los juegos, la lengua, la práctica y discursos sociales, a través de cuya producción y circulación se dan las diversas formas de comunicación, autocomprensión e interpretación de una sociedad.”

Noboa, P (2003) menciona que: “la situación actual del país en relación al desarrollo de la actividad turística y especialmente el Ecoturismo como una modalidad alternativa de este nos lleva a preocuparnos por el estudio de las raíces primigenias de los diversos grupos culturales de la historia contemporánea, ahora cuando la universalización (globalización) de los conocimientos y el dominio de la técnica han llevado a los hombres a lo natural subestima de los valores nacionales.

El conocimiento de la expresión popular en sus distintas manifestaciones se hace indispensable para el estudio profundo de las sociedades, de allí la importancia de volver a mirar hacia los elementos ancestrales que sirvieron de patrones a la transculturación hispánica y europea en general, con el fin de saber a que atenernos en lo que relaciona con lo autentico de nuestra fisonomía; con los orígenes mismo de nuestro haber, con lo que podemos considerar como propio nuestro, lo complementario de nuestras ancestrales formas de civilización y cultura, los nuevos hechos socioculturales de la modernidad.”

#### **a. Patrimonio Cultural**

“TORRES, V. 1994 manifiesta que son todos los elementos que conforman la identidad de un grupo humano e incluye tres tipos de bienes:

### **1) Cosas de respeto**

Que forman parte de la cultura material como pucarás, tolas, pirámides, casas, caminos, veredas, terrazas, camellones, al igual que los bienes de la naturaleza como nevados, valles, cerros, lomas, ríos, quebradas, animales, aves, plantas que tienen valor histórico, uso social y significado ritual o sagrado para sus habitantes.

### **2) El saber popular diario**

De las familias y personas que son indispensables para la sobre vivencia, de acuerdo con sus costumbres y tradiciones, como por ejemplo: la artesanía textil, la artesanía del barro, las formas de preparar la comida, de cultivar la tierra, de construir y construir las casas. Son también parte del Patrimonio los productos de estos hábitos: la ropa, sombrero, ponchos, la comida, herramientas agrícolas y demás bienes.

### **3) Los símbolos y valores**

Que muestran los sentimientos y estados de ánimo de las personas, familias y comunidades, como las canciones, las leyendas, los mitos, sueños, coplas, adivinanzas, música, bailes, danzas, diseño, dibujos y colores de los tejidos; y demás formas de expresión artística e histórica oral.

## **3. Imagen turística**

Garcés, F (1995) menciona que la Imagen Turística “Es la declaratoria de la aptitud turística de un sitio, considerando la jerarquía de los atractivos. A través de la imagen turística se establecerá cuáles son las características más relevantes de un sitio que lo hace propicio para la actividad turística.”

## **G. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una metodología de investigación para emprendimientos turísticos por lo tanto el producto a la disposición del consumidor.

### **1. Naturaleza e importancia de la investigación de mercado**

“De acuerdo a la economía, bajo el término de mercado de un bien o servicio, se entiende a la interacción de la oferta y demanda de dicho bien. El instrumento utilizado para su análisis, es llamado Investigación de mercado o Estudio de Mercado. (LÓPEZ, H. 2002)

### **2. La demanda**

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (BACA M. 2006)

El estudio de la demanda se dirige a calcular, con la mayor precisión posible, las cantidades reales y potenciales de consumo de determinado bien o servicio.

#### **a. Propósito:**

Medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio y determinar la posibilidad de participación del producto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es la función de factores tales como la necesidad del bien, su precio, el nivel de ingreso de la población, etc.

#### **b. Análisis de la demanda**

Se deben tomar en cuenta fuentes primarias y secundarias de información, como indicadores económicos, sociales, etc.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado (estadística y de campo)

Se entiende por demanda el Consumo Nacional Aparente (CNA)

El CNA es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

$$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$$

Cuando existe estadística, es fácil determinar cuál es el monto y comportamiento histórico de la demanda.

### **3. Segmentación de la demanda**

Existen diferentes clases de segmentación del mercado:

#### **a. La segmentación geográfica**

División del mercado en diferentes áreas geográficas. Naciones, ciudades, localidades, vecindarios.

#### **b. Segmentación demográfica**

Se divide basándose en aspectos como; la edad, el género, la familia, la raza, la educación, ingreso.

#### **c. Segmentación psicográfica**

Divide el mercado de acuerdo con el estilo de vida, clase social, y características de la personalidad.

#### **d. Segmentación según el comportamiento**

Divide a los consumidores en grupos basados en sus conocimientos, actitudes, uso o respuesta a un producto.

#### **4. Requisitos de una segmentación eficaz**

- **Mesurable**

Grado de medición del tamaño y el poder de compra de un segmento.

- **Accesible**

Acceso y servicio a los segmentos identificados.

- **Sustancial**

Capacidad de rentabilidad de los segmentos.

- **Viable**

Grado o posibilidad de intervención - acción, esto es, de diseñar programas eficaces para atraer y dar servicio a los segmentos.(LÓPEZ Héctor, 2002)

#### **5. Diseñar la muestra**

Barba Ana 2009, por su parte cita a Spiegel (1975) quien define a la población y muestra como: Es una colección de datos que atañen a las características de un grupo de individuos u objetos, tal como las alturas y pesos de los estudiantes de una universidad; es a menudo imposible o poco práctico observar la totalidad de individuos, sobre todo si éstos son muchos. En lugar de examinar el grupo entero llamado población o universo, se examina una pequeña parte llamada muestra. Una población puede ser finita o infinita. Si una muestra es representativa de una población, se pueden deducir importantes conclusiones acerca de ésta, a partir del análisis de la misma.

Por lo tanto, la muestra es una reproducción en pequeño del universo, pero los resultados que se obtengan al estudiarla serán más o menos exactos en función del grado de error muestral

que se haya aceptado previamente. Para calcular la muestra en universos finitos y con un coeficiente de fiabilidad del 99.7% se utiliza la siguiente fórmula propuesta por Canavos”

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

#### **a. Recopilación de datos**

El proceso de recopilación de datos es crítico, puesto que involucra un alto porcentaje del presupuesto de investigación. En consecuencia, la selección, capacitación y control del personal es esencial en el Estudio de Mercados.

#### **b. Procesamiento de datos**

El procesamiento de datos comprende las funciones de edición y codificación. La edición consiste en la revisión de los formatos de los datos en cuanto a legibilidad, consistencia y totalidad de los datos. La codificación implica el establecimiento de categorías para las respuestas o grupos de respuestas, de tal manera que se puedan utilizar números para representar las categorías.

#### **c. Presentación de los resultados**

Es importante que los resultados de la investigación se presenten en un formato simple y dirigido hacia las necesidades de información de la situación de decisión”.

#### **d. Selección del mercado meta**

Luego de hacer una segmentación del mercado, esta revela las oportunidades que puede ofrecer un mercado. La empresa selecciona al segmento estratégico o segmentos más atractivos como metas a las que dirigirá sus estrategias de mercadeo para lograr los objetivos de corto plazo. (LÓPEZ Héctor, 2002)

### **6. Tipos de demanda**

#### **a. Según su necesidad**

- Demanda insatisfecha (lo producido no alcanza a satisfacer al mercado)
- Demanda satisfecha (lo producido es exactamente lo que el mercado requiere)
- Satisfecha saturada (la que ya no puede soportar mayor producción del bien en el mercado)
- Satisfecha no saturada (aparentemente satisfecha pero se puede hacer crecer a través de herramientas de mercadotecnia)
- Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios (alimentación, vestido, vivienda, etc.)
- Demanda de bienes no necesarios (consumo suntuario) (perfumes, ropa fina, etc.)
- La compra de los segundos se realiza para satisfacer un gusto y no una necesidad.
- Tipos de demanda según su temporalidad
- Demanda continua: la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento. Ejemplo: demanda de alimentos: seguirá creciendo mientras crezca la población.
- Demanda cíclica o estacional: se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales. (LOPEZ, H. 2002)

### **7. Perfil del consumidor**

Para conocer al consumidor es necesario conocer las circunstancias que lo rodean y las variables que influirán sobre su comportamiento en el mediano y largo plazos. Se debe contar con un estudio de la conducta del consumidor, considerando los factores sociales por un lado

y los psicológicos por otro (estilo de vida, personalidad, aspiraciones, etc.). **La clave es pensar como el consumidor** y para lograrlo, hay que tener contacto cercano con su mente y ponerse, por así decirlo, en sus zapatos pues ellos **son la razón de nuestro proyecto**.

La población total, es consumidora de alguna forma de productos o servicios, por consecuencia, su información es importante.

## **H. OFERTA TURÍSTICA**

Es un conjunto de bienes tangibles (atractivos naturales o creados), bienes intangibles (clima, cultura, eventos) y servicios turísticos (restaurantes, alojamiento, transporte, animación) que son ofrecidos efectivamente al turista. (GARCIA; B.)

La oferta está conformada por:

### **1. Atractivos turísticos**

- Sitios naturales.
- Bienes culturales.
- Etnografía.
- Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.
- Acontecimientos programados. (GARCIA; B.)

### **2. Estructura (planta) turística**

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Esparcimiento.
- Otros servicios: agencias de viajes, cambio de moneda, información turística, comercio turístico, transporte especializado. (GARCIA, B. 2006)

### **3. Infraestructura general y especializada**

- Acceso: terrestre, aéreo, marítimo, fluvial.
- Comunicaciones.
- Acueducto, alcantarillado y manejo de desechos.
- Energía. (GARCIA; B. 2006)

### **4. ¿Cómo analizar la oferta?**

En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda, hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias. Respecto a las fuentes secundarias externas, se tendrá que realizar un ajuste de puntos por cualquier método (mínimos cuadrados) para proyectar la oferta. Sin embargo habrá datos muy importantes que no aparezcan en fuentes secundarias y, por tanto, será necesario realizar encuestas.

Entre los datos más importantes para realizar un buen análisis de la oferta están:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Cantidad y precios de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores

### **5. Proyección de la oferta**

Al igual que en la demanda, se debe proyectar la oferta utilizando la variable cuyo coeficiente de correlación sea el más cercano a uno.

## **I. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

“En el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos. El proceso administrativo consta de: (SOSA, C. 2004)

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

### **1. La organización**

Consiste en el ordenamiento de los recursos de la empresa y la asignación de funciones según niveles de autoridad y grados de responsabilidad para facilitar el logro de los objetivos. Organizar consiste en:

- Establecer los objetivos de la empresa
- Formular las políticas
- Determinar las actividades

### **2. Criterio de ordenamiento de recursos**

El ordenamiento de los recursos se hace con respecto a:

#### **a. Espacio**

Para cada componente debe haber un determinado lugar.

#### **b. Tiempo**

Implica programar las actividades según prioridad y realizarlas en el momento oportuno.

**c. Dinero**

Mediante una distribución que permita el mayor rendimiento posible.

**d. Personas**

Consiste en asignar funciones bien definidas a cada integrante. Cada organización debe tener.

**e. Unidad de mando**

Que cada uno reciba orden de un solo jefe.

**f. Unidad de dirección**

Que cada tarea tenga un responsable.

**g. Trabajo**

Consiste en agrupar las actividades de la empresa en áreas administrativas o departamentos.

**3. Departamentalización**

En cada departamento, el ejecutivo asignado ejerce autoridad y asume responsabilidad para la ejecución de las actividades. La departamentalización se justifica porque un ejecutivo solo puede encargarse de un limitado número de subordinados para alcanzar una producción óptima. (SOSA, C. 2004)

**a. Criterios para la departamentalización**

Se toman en cuenta criterios en base a: las funciones, el territorio, de productos y de clientes.

## **b. Organigrama**

En el organigrama se representa las funciones jerárquicas que existen entre las dependencias y los individuos de una organización. El organigrama es esencialmente esquemático, pero refleja si en la empresa hay unidad de mando y unidad de dirección.

## **c. Descripción de las funciones**

Las funciones descritas deben ser entregadas a cada empleado con cargo firmado para asegurar su pleno conocimiento. Los deberes para cada cargo deben incluir todas las obligaciones, de modo que tanto el jefe como el subordinado conozcan exactamente sus responsabilidades y se evite que cada cual interprete a su manera. La descripción debe ser en forma simple y clara indicando expresamente las habilidades que se requieren para el desempeño del cargo. (SOSA, C. 2004)

## **4. Selección del personal**

Consta de un conjunto de pasos desde el momento en que se detecta la necesidad de contar con un trabajador hasta conseguirlo y contratarlo. Una selección de personal será buena siempre que se haga coincidir los requerimientos del puesto con las capacidades y aptitudes de la persona que va a desempeñar el cargo.

Se consideran las siguientes actividades:

- Analizar el cargo
- Requisitos del cargo
- Reclutamiento de aspirantes al cargo
- La entrevista
- Exámenes técnicos
- Decisión de contrato (SOSA, C. 2004)

## **5. Aspecto Legal**

Se refiere a que la empresa debe cumplir todos los aspectos legales vigentes, especialmente en lo referente a licencias, registros, impuestos, tributos y contribuciones. En lo posible es preferible y aconsejable contar con la asesoría de un abogado para evitar irregularidades y mal entendidos que podrían generarse tanto al estipularse las cláusulas de contratos y documentos de la empresa, como los vencimientos de fechas de pago, tasas, etc. (SOSA, C. 2004)

## **J. DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO TURISTICO**

### **1. Concepto**

“La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo. (GURRÍA, M. 1991)

### **2. Canal de distribución**

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los diferentes fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro.(GURRÍA, M. 1991)

### **3. Estrategias del canal de distribución**

Existen dos orientaciones alternativas, o bien se puede realizar una combinación de ambas:

#### **a. Estrategia de empuje (push)**

El productor planifica que el canal le sirva como instrumento para promover su producto.

**b. Estrategia de atracción (pull):**

El productor dirige la promoción del producto directamente al consumidor final, encargándose plenamente él de todas las actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución.

Una vez elegido el segmento a trabajar o mercado objetivo y con el producto en poder, o próximo a ser fabricado; debemos darle POSICIONAMIENTO, es decir, dotarle de una personalidad clara y definida en el mercado y en la mente de nuestro consumidor meta. (GARCÍA, B. 2006).

Esto se logra trabajando en el denominado Marketing Mix que está basado en los siguientes componentes:

**a. Producto y / o Servicio**

Una de las definiciones más claras sobre producto es aquella que indica que es un bien (tangible) o servicio (intangible) que cubre alguna necesidad específica de un grupo de consumidores.

**b. Precio**

El precio es la equivalencia monetaria del valor que los consumidores asignan a un producto o servicio.

**c. Plaza**

Si se tiene un buen producto, con un buen precio, corresponde ahora hacerlo llegar a los posibles compradores en la forma más rápida y eficiente. Esto se llama Plaza o Distribución.

#### **d. Promoción y Publicidad**

El mejor producto, con un buen precio y eficazmente distribuido no será bien recibido por los consumidores si éstos no conocen sus beneficios o si no se sienten motivados a comprarlo y usarlo. Por esta razón es labor esencial del productor comunicar al consumidor las características y beneficios y hacerlos en forma agradable posible a la vista y oídos del consumidor potencial. (GARCÍA, B. 2006)

#### **4. Canales de Promoción**

- Medios de comunicación
- Contactos interpersonales
- Promoción de ventas.

#### **5. Principales tipos de canales de distribución**

- **Canal largo**

Número de intermediarios elevado.

- **Como mínimo intervienen el fabricante**

Mayorista, detallista y consumidor.

- **Canal corto**

Número de intermediarios reducido.

- **Constituido por el fabricante, el detallista y el consumidor**

Se elige esta forma cuando el número de detallistas es muy reducido o tiene un alto potencial de compra.

### - Canal directo

Canal en el que no hay intermediarios entre productor y consumidor final. Se utiliza cuando la producción y el consumo están próximos, o el volumen de venta es reducido, por ejemplo un artesano que vende directamente su obra.

Estos tres canales son los básicos, pero continuamente surgen nuevas formas de canal de distribución cuyo objetivo es lograr mayor eficiencia y eficacia en el sistema de distribución.

## **K. ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES**

Baez y Acuña 1998, señalan que: los estudios de Impacto Ambiental (EIA), son uno de los métodos más efectivos para determinar cuánto un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados los EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.

Un estudio de impactos ambientales deberá contener las siguientes evaluaciones:

- Evaluación de impactos biológicos
- Evaluación de impactos sobre la comunidad local
- Evaluación de impactos sobre los recursos naturales y el paisaje
- Evaluación de impactos sobre los recursos económicos (YUCTA, P. 2002).

### **1. Método de la matriz de leopold**

El Método de la Matriz de Leopold fue uno de los primeros esfuerzos realizados para la Evaluación de Impacto Ambiental, elaborada por el Dr. Luna Leopold y colaboradores del Geophysical Survey de los estados Unidos en 1971, como elemento de guía para este tipo de estudios.

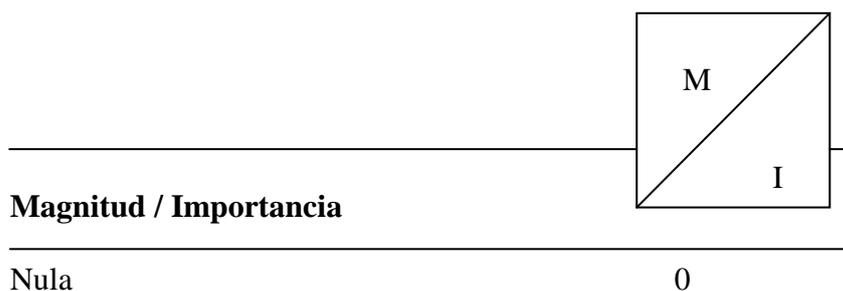
El método se basa en una matriz que consta de 100 acciones que pueden causar impacto en el ambiente dispuestas en las columnas, mientras los factores o condiciones ambientales a ser alterados, están ubicados en las filas en número de 88.

Una de las fallas más criticadas es su falta de objetividad, pues cada usuario tiene libertad en escoger los valores que incluirá en la matriz de acuerdo a su criterio, lo que incorpora en ella un gran ingrediente de subjetividad. Por esto éste método lo debe usar personal con criterio formado a través de adiestramiento y/o experiencia previa, de forma que represente lo mejor posible la realidad en la que se desenvuelve el proyecto a ejecutarse.

El trabajo con la matriz empieza con la selección de las relaciones entre acciones y factores que se afectarán ubicando en la casilla correspondiente una marca que indique la existencia de esta afectación. Es aconsejable que esta marca sea una diagonal (/) que divida la casilla en dos sectores. Una vez incluidas en la matriz todas las relaciones se puede eliminar tanto las acciones (columnas) o factores ambientales (filas) que no hayan sido consideradas y por lo tanto marcadas como antes se indicó.

A los efectos los calificamos dos aspectos:

- Magnitud del impacto, en la escala de 0 a 3. Este valor le colocamos en el margen superior izquierdo de la casilla que intercepta la acción del proyecto con el indicador. Lleva signo positivo si el impacto indica beneficio y negativo en caso contrario.
- Importancia del impacto, en la escala de 1 a 3. Este valor anotamos en el margen inferior derecho de la correspondiente casilla (Técnicas de Evaluación Ambiental, 2001).



Insignificante	1
Media	2
Alta	3

## **L. ANALISIS ECONÓMICA Y FINANCIERO**

### **1. Inversiones en el período pre-operacional**

Las inversiones realizadas antes de la puesta en marcha del proyecto se clasifican en tres grupos:

- Inversiones en activos fijos
- Inversiones en activos diferidos
- Inversiones en capital de trabajo

#### **a. Inversiones en activos fijos**

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Constituyen activos fijos, los terrenos y recursos naturales; las obras físicas (cabañas, restaurantes, centros de Información, oficinas, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etc.); El equipamiento (maquinaria, muebles, herramientas, vehículos, menaje, accesorios y decoración en general) y la infraestructura de servicio de apoyo (Instalaciones: agua potable, alcantarillado, red eléctrica, comunicaciones, energía, etc.).

Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación (Disminución en el precio o valor de una cosa). El terreno normalmente tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano a su alrededor (YUCTA, P. 2002).

## **b. Inversiones en activos diferidos**

Las inversiones en activos diferidos constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar. Los principales elementos que conforman esta inversión son los gastos de constitución, estudios de factibilidad, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha y ventas, la capacitación, los imprevistos, los intereses y cargos financieros pre-operativos.

Los **gastos de constitución** corresponden a los gastos legales que implican la conformación jurídica de la empresa que se creará para operar el proyecto.

Los **gastos de patentes y licencias**, corresponden al pago por derecho a uso de una marca, proceso productivo y a los permisos municipales, autorizaciones notariales y licencias generales que certifiquen el funcionamiento del proyecto.

Los **gastos de puesta en marcha**, son todos aquellos que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, tanto en la etapa de pruebas preliminares como en las del inicio de la operación y hasta que alcancen un funcionamiento adecuado. Se incluirán como gastos de prueba en marcha, los pagos en remuneraciones, arriendos, publicidad, seguros y cualquier otro gasto que se realice antes del inicio de la operación.

Los **gastos de capacitación** consisten en aquellos tendientes a la instrucción adiestramiento y preparación del personal para el desarrollo de las habilidades y conocimientos que deben adquirir con anticipación a la puesta en marcha del proyecto.

Los **imprevistos**, la mayoría de los proyectos consideran un rubro especial para afrontar aquellas inversiones no consideradas en los estudios y para contrastar posibles contingencias. Su magnitud suele calcularse como un porcentaje del total de inversiones (YUCTA, P. 2002).

## **c. Inversiones en capital de trabajo**

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados (YUCTA, P. 2002).

### **1) Calendario de Inversiones**

Además de los datos de las inversiones iniciales en activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto, se debe elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto (YUCTA, P. 2002).

## **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

La parroquia de Imantag está localizado al norte del cantón Cotacachi, en las faldas nor-orientales del volcán Cotacachi, en la cordillera occidental.

#### **2. Ubicación geográfica**

Su ubicación geográfica está entre una longitud  $08^{\circ} 05' 51''$  O, una latitud de  $00^{\circ} 42' 91''$  S y una altitud de 1.890 – 4.300 m.s.n.m. al norte de la ciudad de Cotacachi. Con una temperatura media anual de  $15^{\circ}\text{C}$ , una precipitación media anual de 1000 - 2000 mm.

#### **3. Límites**

Los límites de la parroquia de Imantag son:

Al norte con la parroquia Samblas del cantón Urcuquí

Al Sur con la parroquia del el Sagrario del cantón Cotacachi.

Al Este con la parroquia de Chaltura del cantón Antonio Ante

Al Oeste con la parroquia de Apuela del cantón Cotacachi.

#### **4. Características climáticas**

Según Rodrigo Sierra (1999) la zona de la parroquia de Imantag se encuentra en el piso climático temperado (Templado Interandino) que va desde los 1.890 – 4.300 m.s.n.m su temperatura va desde los  $7 - 16^{\circ}\text{C}$ , su precipitación es de 1000 – 2000 mm.

Las zonas medias y altas están situadas dentro de los bosques Siempre verde montano alto y paramo herbáceo, que pueden llegar a los 2.000 mm anuales.

## **5. Clasificación ecológica**

Según Rodrigo Sierra (1999) En función de las zonas altitudinales, existe una variación climática, de manera especial si consideramos la zona Baja y Media – Alta. La zona baja de la comunidad registra un clima que varía de templado a frío, dentro del Bosque de neblina montano

## **6. Características del suelo**

El territorio de la parroquia de Imantag posee suelos negros, profundos y partes con cangahuas, posee considerable cantidad de arcilla y materia orgánica; consecuentemente son suelos de origen volcánico.

Se estima que toda la superficie del suelo de la zona alta tiene profundidades mayores a 20 cm, en tanto que las zonas Media y Baja poseen profundidad menor a 20 cm, en partes con presencia de cangaguas. (Diagnóstico Proyecto de riego Imantag, 2002)

## **7. Hidrografía**

Dentro de la parroquia existe varias subcuencas hidrográfica que alimentan a la cuenca de Rio Chota como los Ríos Alambi, Tushila, Caballito, Warmi Yacu, Kari Yacu y Piñánque se forma en las faldas orientales del volcán Cotacachi y el Yana Urcu, cuyos principales afluentes se forman de los deshielos de los mencionados volcánes.

La parte occidental de la parroquia de Imantag es la que abarca mayor territorio dentro dela zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, el cual posee uno de los ecosistemas de mayor biodiversidad y endemismo. (Diagnóstico Proyecto de riego Imantag, 2002)

## **B. MATERIALES Y EQUIPOS**

### **1. Materiales**

Libreta de campo, lápices, esferográficos, borradores, resma hojas papel bond, CDs, pilas, cartucho de impresora y gastos extras

### **2. Equipo**

Cámara digital, computadora, flashmemory, impresora, escáner, grabadora de mano, vehículo y GPS.

## **C. METODOLOGÍA**

### **1. Para evaluar el potencial turístico de la parroquia de Imantag**

#### **a. Diagnóstico situacional**

Se realizó el diagnóstico situacional de la parroquia, mediante la revisión de fuentes secundarias de información, en las que se analizaron aspectos como: físico-espacial, socio-cultural, ecológico-territorial, económico-productivo y político – administrativo (Anexo 1), de la misma manera se realizaron talleres participativos en las diferentes comunidades de la parroquia, con el fin de validar la información recopilada.

#### **b. Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales**

La elaboración del inventario de atractivos turísticos naturales se realizó varias salidas de campo y talleres participativos con las directivas de las diez comunidades de la parroquia quienes ayudaron a identificar los atractivos turísticos, su ubicación y caracterización, esta actividad se basó en la Guía Metodológica propuesta por el MINTUR 2004, que se detalla a continuación.

- 1) **Identificar.**- se visitaron tres veces a los atractivos turísticos identificados, para obtener nuevas informaciones y para verificar la información adquirida, en las que constan características principales como: ubicación, descripción del atractivo, facilidades turísticas y asociación con otros atractivos.
- 2) **Georeferenciar.**- Se utilizó el Sistema de Posición Geográfica GPS para georeferenciar los atractivos identificados.
- 3) **Categorizar (tipo y sub tipo).**- Dependieron mucho a la categoría que estos atractivos identificados pertenezcan, sea sitio natural o manifestaciones culturales.
- 4) **Valoración.**- para el proceso de valoración de los atractivos se tomaron en cuenta la calidad, apoyo y significado estipulados en los parámetros del MINTUR 2004(Anexo2).
- 5) **Evaluación y Jerarquización.**- para el proceso de valoración y jerarquización se tomó como base los parámetros sugeridos por el MINTUR 2004 que estipula jerarquías I, II, III y IV.

Para el inventario del patrimonio cultural se realizaron talleres participativos con las directivas de las diez comunidades de la parroquia y entrevistas a las personas claves visitando en cada comunidad. Para esta actividad se aplicó, la guía Metodológica de Víctor Hugo Torres(1994), que contiene el Plan de Revitalización Cultural en base a la cual se registró información relacionada con:

- 1) Listado de los bienes del patrimonio cultural
  - a) Las cosas de respeto
  - b) El saber popular diario
  - c) Los símbolos y valores.
- 2) El calendario de fiestas y ritos en el año.
- 3) Formas de vida de las familias.

Una vez identificados los atractivos turísticos naturales y culturales se procedió a realizar el mapeo de ubicación de los atractivos en el territorio de la parroquia, lo cual se realizó mediante el software Arc View 3.2.

Seguidamente se procedió a analizar los recursos turísticos inventariados y aspectos importantes de la parroquia, para determinar la imagen turística de la parroquia y su potencialidad.

Se elaboró finalmente la matriz CPES y el análisis FODA para poder identificar los problemas y las posibles soluciones que plantea la población local para el desarrollo turístico.

## **2. Desarrollar el estudio de mercado turístico de la parroquia.**

Se tomaron en cuenta tres componentes importantes como la demanda, oferta y la confrontación de oferta - demanda.

### **a. Demanda**

Para el estudio de la demanda se identificó el universo de estudio que corresponde a 120.000 turistas entre nacionales y extranjeros que llegaron al cantón Cotacachi en el año 2010 esta información corresponde a los registros obtenidos por la unidad de turismo del Municipio de Santa Ana de Cotacachi y el Ministerio del Ambiente a través de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas.

El universo de estudio segmentado en el cual se ha identificado la existencia de un 65% de turistas nacionales y el 35% a los turistas extranjeros, es decir 78.000 y 42.000 turistas respectivamente.

Una vez definido el universo de estudio y los segmentos de mercado se procedió al cálculo de la muestra para lo cual se empleó la fórmula de Canavos (1998) que se detalla a continuación:

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%, este % es variable)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

### **Para turistas Extranjeros**

$$n = \frac{42000 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(42000-1) \left(\frac{0.08}{1.75}\right)^2 + (0.5 \cdot 0.5)} = 119$$

**n= 119**

### **Para turistas nacionales**

$$n = \frac{78000 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(78000-1) \left(\frac{0.08}{1.75}\right)^2 + (0.5 \cdot 0.5)} = 119$$

**N= 119**

Una vez calculada la muestra se establece que se deberán aplicar 119 encuestas dirigidas a turistas nacionales y 119 a turistas extranjeros. Las encuestas fueron aplicadas en la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas (Cuicocha) y en la Ciudad de Cotacachi, ya que la gran mayoría de turistas que visitan esta zona lo hacen por la presencia de la laguna, por realizar la ruta Otavalo- Cotacachi y visitar a las comunidades que desarrollan la actividad de turismo comunitario.

Para obtener los resultados de las encuestas que indican los gustos y preferencias de los turistas nacionales y extranjeros, se realizó el análisis estadístico mediante la utilización de los programas SPSS 10 y Excel.

Los datos obtenidos se presentaron en tablas y gráficos con su respectivo análisis. Posteriormente se procedió a determinar el perfil de los turistas nacionales y extranjeros.

## **b. Oferta**

### **1) Oferta actual de la parroquia.**

Se caracterizaron los productos turísticos que se están ofertando actualmente en la parroquia considerando la microempresa de turismo Comunitario de la comunidad de Peribuela, la Agencia de turismo Comunitario “Runa Tupari” Native Travel con oferta de turismo comunitario y otras agencias de la ciudad de Otavalo que ofrecen paquetes turísticos, dentro del cantón Cotacachi.

De la misma manera mediante el catastro turístico del cantón Cotacachi se identificaron los servicios complementarios que podrían aportar a la actividad turística en la parroquia de Imantag.

En el estudio de la competencia se analizaron los datos estadísticos de las organizaciones que ofrecen productos turísticos similares cercanos a la parroquia de Imantag ( parroquia El Sagrario y el cantón Antonio Ante) la información recolectada fue la siguiente: identificación, ubicación, cantidad de clientes que están atendiendo, precios, canales de distribución, medios de promoción y publicidad que emplean, formas de cobro, proceso productivo, fortalezas, ventajas y desventajas competitivas, debilidades, entre otros.

### c. **Confrontación Oferta -Demanda.**

La fórmula del incremento compuesto facilitó el cálculo de la proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos 8 años a partir de los datos históricos de la demanda y oferta potencial.

La fórmula del incremento compuesto es la siguiente:

$$\text{Fórmula: } Co = Cn (1+i)^n$$

Dónde:

Co = año a proyectar

Cn = demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

i = incremento de turismo nacional e internacional

n = el año a proyectarse

La confrontación oferta - demanda ayudó a conocer la demanda insatisfecha en el transcurso del tiempo a partir de estos datos se pudo calcular la demanda objetivo para el presente año (Anexo 3) y por lo tanto calcular la proyección de la demanda y oferta futura (Anexo 4).

## 3. **Para elaborar el estudio técnico del producto turístico.**

### a. **Diseño técnico del producto**

Según el diagnóstico situacional del área y la percepción del producto por parte de la demanda se determinó la localización del proyecto.

Se definieron las características principales del producto, primeramente identificando la planta turística necesaria (hospedaje y alimentación), para desarrollar la actividad turística.

Se determinaron las facilidades turísticas para mejorar o implementar servicios turísticos como: centro de interpretación cultural o ambiental, senderos, señalización, entre otros.

A partir de los resultados obtenidos de los gustos y preferencias de los turistas y el inventario de los atractivos naturales y culturales de la parroquia, se elaboraron paquetes turísticos con su respectivo itinerario.

## **b. Marco legal para la operación**

### **1) Base legal**

Se revisaron las leyes competentes para desarrollo de la actividad turística, según su jerarquía. Se analizaron:

- Constitución Política de la República de Ecuador.
- Ley de Turismo
- Ley de compañías
- Reglamento de registros o constitución.

Esta información permitió definir la figura legal para la operación.

## **c. Gestión del producto turístico**

La gestión de la operación del producto, se definió mediante reuniones y talleres participativos con los dirigentes de las diez comunidades de la parroquia, siendo necesario construir:

- La estructura administrativa
- Manual de operación del equipo de gestión.
- Manual para la prestación de servicios turísticos.
- Reglamento de funciones.

#### **d. Estudio mercadotécnico**

Una vez definido el producto turístico a ofertar, se identificaron estrategias de comercialización y se desarrolló un plan de publicidad para apoyar en el posicionamiento del producto en el mercado, se proponen estrategias en base al Marketing Mix considerando:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

#### **4.- Para realizar el estudio económico y financiero**

Se realizó el estudio económico y financiero, tomando en cuenta los costos e inversiones del proyecto: activos fijos, activos diferidos y las inversiones en capital de trabajo que son los gastos que necesita el proyecto para ejecutarse, además los gastos de mantenimiento e ingresos, las proyecciones de ventas y utilidades.

Se determinó el flujo de caja para obtener una visión de la liquidez del proyecto la cual sirvió de base para calcular la rentabilidad del mismo, determinando el RCB (Razón-Costo-Beneficio), VAN, (Valor Neto Actual) y TIR, (Tasa Interna de Retorno).

## **V.RESULTADOS**

### **A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA IMANTAG**

#### **1. Ubicación geográfica**

La parroquia de Imantag perteneciente al cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura. Geográficamente está ubicada al nor-oeste de la ciudad de Cotacachiente una longitud de  $08^{\circ} 05' 51''$  O, una latitudde  $00^{\circ} 42' 91''$  S y una altitudde  $2.280 - 3.500$  msnm.

Con una temperatura media anualde  $16^{\circ}\text{C}$ , una precipitación media anual  $1000 - 2000$  mm.

#### **a. Límites:**

Los límites de la parroquia de Imantag son:

Al norte con parroquias: La Merced de Buenos Aires, Cahuasquí, San Blas de cantón Urcuquí.

Al Sur con parroquias: El Sagrario, Plaza Gutiérrez, Apuela y 6 de Julio de Cuellaje del cantón Cotacachi,

Al Este con la parroquia de Atuntaqui del cantón Antonio Ante.

Al Oeste con la parroquia de Alto Tambo del cantón San Lorenzo.



**Gráfico N° 1:** Mapa de límites de la parroquia de Imantag.

## **2. Datos históricos**

### **a. Historia del Pueblo Imantag**

Se extiende en la planicie occidental de la hoya de Ibarra, en una región beneficiada por el buen clima con un suelo negro, arenisco y volcánico.

La población, situada en las estribaciones del volcán Cotacachi a 2.453 msnm, es una de las antiguas de la región y ya existía antes de la llegada de los Incas.

Con la llegada de los conquistadores y sobre ese asentamiento indígena, durante la Colonia y en época de la independencia, el pueblo Imanta fue muy rebelde en contra de quienes les quitaron sus territorios. Imantag se constituye como un resultado de lucha por recuperar sus pertenencias, (los territorios), por los maltratos por parte de los hacendados.

## **3. Ámbito Biofísico**

### **a. Condiciones ambientales de la zona**

#### **1) Clima y clasificación ecológica**

Según Rodrigo Sierra (1999) en función de las zonas altitudinales, en esta área existe una variación climática, de manera especial si se consideran zonas Alta y Baja. Las comunidades como: Perafán, Colimbuela, Ambi y Quitumba se encuentran en la zona baja registran climas que varían de templado a frío, dentro del Bosque de neblina montano, mientras que en la zona alta Como: El Morlán, San Luis de la Carbonería, Peribuela, Pucalpa, Guananí y Piñán se registra los bosques Siempre verde montano alto y páramo herbáceo, que pueden llegar hasta los 2.000 mm anuales de precipitación.

## 2) Lista de la flora y fauna representativa

### a). Flora

**Cuadro N° 01.** Lista de flora de la parroquia de Imantag.

N°	Familia	Nombre científico	Nombre Común	Usos
1	AGAVACEAE	<i>Faucroyo sp.</i>	Cabuya negra	Alimento para el ganado vacuno.
2	BRASSICACEAE	<i>Brassica sp.</i>	Col	Alimenticio
3	AGAVACEAE	<i>Agave americana</i>	Cabuya blanca	Fines comerciales
4	BIGNONIACEAE	<i>Tecomastans</i>	Cholán	Uso forestal
5		<i>Sacha capulí</i>	Capulí	Árbol frutal
6	ASTERACEAE	<i>Bacharisfloribundum</i>	Chilco	Alimento para cuyes
7	ASTERACEAE	<i>Taraxacumofficinalis</i>	Diente de león	Medicinal
8	MIRTACEAE	<i>Eucalyptusglobulus</i>	Eucalipto	Maderable
9		<i>Polypodiumlasiopus. Klotzsch</i>	Helechos (yurajchaqui)	Ornamental
10	FABACEAE	<i>Humuluslupulus</i>	Lupina	Ornamental
11	ASTERACEAE	<i>Ambrosiaarborescen</i>	Marco	Medicinal
12	URTICACEAE	<i>Urticadicica L.</i>	Ortiga	Medicinal
13	PINACEAE	<i>Pinusradiata</i>	Pino	Maderable
14		<i>Buddleja incana</i>	Quishuar	Ornamental
15	MIRTACEAE	<i>Ecugenia sp.</i>	Arrayan	Medicinal
16	FABACEAE	<i>Spartiumjunceum</i>	Retama	Medicinal
17	POACEAE	<i>Cortadeiraradiumscola</i>	Zigzig	Alimento para ganado
18	TILIACAE	<i>SambucusnigraL.</i>	Tilo	Medicinal y Ornamental
19	FABACEAE	<i>Trifoliumrepens.L</i>	Trebolblanco	Ornamental
20	SOLANACEAE	<i>Solanumcaripense</i>	Tsimbalo	Planta silvestre
21		<i>Verbenalitorelis.Kuntze</i>	Verbena	Medicinal
22	ASTERACEAE	<i>Dodonea viscosa</i>	Chamana	Alimento para cuyes.
23	CACTACEAE	<i>Opuntia sp.</i>	Tuna	Alimento
24	LEGUMINOSAE	<i>Tara spinosa</i>	Guarango	Ornamental
25	MALVACEAE	<i>Malva silvestris</i>	Malva	Medicinal
26	POACEAE	<i>Hordeumvulgare</i>	Cebada	Alimento
27	MIRTACEAE	<i>Eugenia sp</i>	Arrayán	Maderable
28	OXALIDACEAE	<i>Oxalis tuberosa</i>	Oca	Alimento
29	BROMELIACEAE	<i>Tillandsiatectorum</i>	Bromelia	Ornamental
30	POACEAE	<i>Pennicetumclandestinum</i>	Kicuyo	Alimento para animales

N°	Familia	Nombre científico	Nombre Común	Usos
31	CRUSIFERACEAE	<i>Brassicanapus</i>	Nabo	Planta silvestre
32	SOLANACEAE	<i>Solanum tuberosa</i>	Papas	Alimento
33	PLANTAGINACEAE	<i>Plantagomajor</i>	Llantén	Medicinal
34	FABACEAE	<i>Lupinnusmutabilis</i>	Chocho	Alimenticio
35	VERVENACEAE	<i>Lipiacitriodora</i>	Cedrón	Medicinal
36	FABACEAE	<i>Vicia haba</i>	Habas	Alimento

### b) Fauna

La fauna más representativa del lugar está dada por una gran variedad de especies de aves, mamíferos, e insectos.

**Cuadro N° 02.** Fauna representativa de la parroquia de Imantag.

N°	Familia	Nombre científico	Nombre Vulgar
<b>AVES</b>			
1	FRINGULIDAE	<i>Catamenia analis</i>	Semillero colifajado
2	FALCONIDAE	<i>Falco peregrinus</i>	Halcón peregrino
3	FALCONIDAE	<i>Geranoaetus melanoleucus</i>	Águila pechinegra
4	HIRUNDINIDAE	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>	Golondrina azuliblanca
5	HIRUNDINIDAE	<i>Notiochelidon murina</i>	Golondrina ventricafe
6	PASSERIDAE	<i>Passer domesticus</i>	Gorrión europeo
7	PASSERIDAE	<i>Zonotrichia capensis</i>	Chingolo
8	FALCONIDAE	<i>Tyto alba</i>	Lechuza campanaria
9	TURDIDAE	<i>Turdus chiguanco</i>	Mirlo chiguanco
10		<i>Aglaeactis cupripennis</i>	Rayito brillante
11	PASSERIDAE	<i>Zonotrichia capensis</i>	Gorrión
12		<i>Patagona gigas</i>	Colibrí gigante
13	FALCONIDAE	<i>Buteo polyosoma</i>	Gavilán variable
14	HIRUNDINIDAE	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>	Golondrina
<b>MAMÍFEROS</b>			
15	CAVIDAE	<i>Cavia porcellus</i>	cuy (sp nativa)
16	LEPORIDAE	<i>Silvilagus brasiliensis</i>	Conejo silvestre
17	MURIDOS	<i>Mus musculus</i>	Raton común
20	CANIDAE	<i>Pseudalopex culpaeus</i>	Zorros de páramo
21	SCIURUDAE	<i>Sciurus granatensis</i>	Chucuri
23	DIDELFIDAE	<i>Didelphys sp.</i>	Raposa

### 3) Hidrología

Dentro de la parroquia existen algunas subcuencas hidrográficas, se encuentran presentes ríos como: Alambí, Caballito, Tushila, Kari Yacu y Warmi Yacu que se forman en las faldas orientales de los volcanes Cotacachi y el Yana Urcu, cuyos principales afluentes se forman de los deshielos de las faldas orientales de estos volcanes.

La parte occidental de la parroquia es la que abarca la mayor cantidad del territorio dentro de la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, la cual posee uno de los ecosistemas de mayor biodiversidad y endemismo de la región.

#### **4) Morfología**

Su topografía presenta pendientes del 15-55% producto de manifestaciones volcánicas de períodos geológicos, es así que el relieve es irregular formando llanuras, colinas y lomas. (PDP Imantag. 2006)

### **4. Ámbito Socioeconómico y Cultural**

#### **a. Socio –demografía**

##### **1) Población total**

De acuerdo al censo del año 2010, la población de la parroquia de Imantag es de 5.781 habitantes, el 49% de la población total son mujeres y el 51% son hombres.

##### **2) Tasa de pobreza.**

La tasa de pobreza en la parroquia de Imantag es sumamente alta a comparación de otras parroquias rurales de la provincia, registra un índice de pobreza del 91.5% y el 75.8% de extrema pobreza. (PM-RECC. 2007)

##### **2) Migraciones temporales.**

Aproximadamente el 9% de la población, principalmente hombres migran temporalmente, siendo los motivos principales el trabajo y el estudio, los lugares a los que más se dirigen son: Quito, Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, entre otros.

La migración a estas ciudades ha ocasionado un bajo nivel de profesionales y técnicos ya que los estudiantes prefieren quedarse en dichas ciudades en vista de que en la parroquia no existen posibilidades de trabajo bien remunerados.

## **b. Vivienda**

Las viviendas de la parroquia son construidas en su mayoría de hormigón, el 5% de las casas tienen el techo de este material, las paredes son de ladrillo o bloque y el piso de cemento. El 80% de las viviendas son de un piso con techo de teja, con paredes de barro enlucidos con cemento.

El 15 % de las viviendas son con techo de eternit y zinc, la pared de bloque o ladrillo y el piso de cemento o tierra, son por lo general de dos piezas.

## **c. Servicios Sociales**

### **1) Infraestructura de Educación**

En la parroquia se encuentran siete escuelas, una en cada comunidad. Estas instituciones educativas están ubicadas generalmente en el centro de las comunidades, prestando el servicio de educación desde primero a décimo año de educación básica, cada institución dispone de 8 a 12 aulas, una dirección, una cocina, un comedor, baterías sanitarias para hombres y mujeres, canchas deportivas, juegos recreativos, graderíos y un huerto escolar.

**Cuadro N° 03:** Infraestructura de educación de la parroquia de Imantag.

<b>Nombre Institución</b>	<b>N° Estudiantes</b>	<b>Ubicación</b>
Red educativa Imantag	715	Cabecera parroquial de Imantag
Alberto Moreno Andrade	76	Comunidad de Colimbuela.
Provincia de El Oro	89	Comunidad de El Morlán.

<b>Nombre Institución</b>	<b>N° Estudiantes</b>	<b>Ubicación</b>
Hernando de Magallanes	83	Comunidad de Quitumba
Marco Herrera Escalante	65	Comunidad de Peribuela.
Abelardo Moran Muños	46	Comunidad de Pucalpa
Alejo Saenz	55	Comunidad de Perafán

## **2) Otros Servicios Sociales**

La parroquia posee una cancha parroquial de fútbol y una cancha en cada comunidad que es utilizada para programas deportivos y festividades comunales y parroquiales, cuenta también con iglesias Católica una en cada comunidad, uno de los centros de mayor concentración en las comunidades son las casas comunales, lugar donde se realizan reuniones comunitarias y poseen por lo general oficinas para la junta de agua potable, junta de agua de riego y cabildo de la comuna.

### **d. Servicios básicos disponibles**

#### **1) Abastecimiento de Agua**

La cobertura de agua potable se registra en 8 comunidades (Perafán, Colimbuela, Ambi, El Morlán, San Luis de la Carbonería, Quitumba, Peribuela y Pucalpa), mientras que en las comunidades de Piñán y Guananí los hacen mediante ríos cercanos. El agua proviene de las vertientes de las faldas orientales del volcán Cotacachi, la captación se realiza a través de tubería, el agua recibe un tratamiento de potabilización en la parte más alta de las comunidades antes de ser utilizada.

#### **2) Comunicación**

Dentro de la parroquia, el servicio de telefonía se proporciona mediante la cobertura celular de las empresas claro y movistar, se evidencia el servicio de internet en las escuelas. El servicio de telefonía fija existe solo en la cabecera parroquial.

### **3) Energía eléctrica**

El servicio de energía eléctrica para la parroquia es a través del sistema interconectado, que es administrado y asistido por la empresa EMELNORTE que atiende al 100% de habitantes de la parroquia, de la misma manera existe la red de alumbrado público en la parte central de cada comunidad.

### **4) Recolección y tratamiento de desechos**

Los residuos inorgánicos provenientes de cada una de las viviendas son enviados en el recolector de residuos que acude todos los días jueves de cada semana a las comunidades. Los residuos orgánicos son tratados de diferentes maneras: la mayor parte de la población, elimina los residuos enterrándolos y/o lo utiliza como abono mediante la elaboración del humus.

#### **e. Otros servicios**

##### **1) Sistema de riego**

Dentro de la parroquia existe un reparto de agua equitativa y técnicamente diseñado. Cada beneficiario paga anualmente 10 dólares por cada hora de arriendo de este servicio, cabe mencionar que con este pago, el usuario utilizará el servicio las veces que sea necesario durante el año.

Disponen de un canal de riego general, el mismo que es distribuido para 5 comunidades: El Morlán, Colimbuela, Ambi, La Ladera y Peribuela; el resto de comunidades tienen sus propias fuentes de agua para suregadío.

##### **2) Proyectos y programas ejecutados**

Instituciones públicas y privadas han aportado en el desarrollo de las comunidades, entre las cuales están:

- GOBIERNO AUTONOMO DESENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA: construcción de una cancha de futbol.
- CURIA: apporto en la construcción de la iglesia.
- INFA: colabora en la educación inicial de los niños de las comunidades.
- MUNICIPIO DE COTACACHI: con el presupuesto participativo anual.
- MIDUVI: apporto con el proyecto de vivienda del gobierno nacional.
- MAQUI MAÑACHI: apporto con el proyecto de producción y exportación de brócoli y agricultura orgánica.
- CARITAS DE AUSTRIA: aporta en la actualidad con el programa de becas escolares para 100 jóvenes que cursan la educación secundaria.

#### **f. Aspecto económico**

##### **1) actividades económicas**

El desarrollo económico de la parroquia se basa principalmente en el trabajo familiar, la mayor parte de la población se dedica principalmente a la agricultura, albañilería, ganadería, apicultura, artesanías entre otros.

Un representativo número de habitantes se dedican a la crianza de animales de especies menores como: cuyes, gallinas, conejo, así mismo ganado ovino y porcino como una alternativa para generar ingresos económicos y para su autoconsumo.

##### **2) Estructura y sistema comercial**

La necesidad de los habitantes de las comunidades, hace que se implementen nuevos negocios como tiendas, que ofrecen a la comunidad productos de primera necesidad, se puede registrar la presencia de entre 2 a 9 tiendas en cada localidad.

##### **3) Infraestructura vial**

El sistema vial desde los cantones de Cotacachi, Antonio Ante y Urcuqui hasta Imantag, es carrozable de segundo orden.

#### 4) Accesibilidad

Existen tres vías de acceso para llegar a la cabecera parroquial, la Cotacachi-Imantag, Antonio Ante-Imantag y Urcuqui-Imantag, estas tres vías son de segundo orden. Existen vías de tercer orden que se comunican entre las diferentes comunidades de la parroquia Imantag y se encuentran en buen estado ya que se hace mantenimiento constante de estas vías.

#### 5) Transporte

El servicio de transporte se proporciona a través de las cooperativas de camionetas 15 de Diciembre, Proaño y Tapia S. A.; cooperativa de buses: 6 de Julio, Flota Antaña y Urcuqui. Las unidades salen desde el Parque central de Imantag y terminales de Cotacachi, Antonio Ante y Urcuqui.

**Cuadro N° 04.** Frecuencias del servicio de transporte a la parroquia de Imantag.

Compañía	Día	Turno	Hora de Salida	Lugar de Llegada	Tiempo	Precio
Transportes 6 de Julio	Lunes a Domingo		A partir de las 5:30 a.m. hasta las 18:15 cada 40 minutos desde terminal de Cotacachi.	El parque central de Imantag.	30 m	0.27 ctvs.
Transportes Flota Antaña	Lunes a Sábado	1	05:30 a.m. de Antonio Ante cada 30 minutos hasta las 06:00	Elparque central.	30 min	0.25 ctvs.
		2	Dos turnos 13:00 y 13:30 pm de Antonio Ante			
		3	16:30 de Antonio Ante			
		4	17:00 desde Ibarra			
		1	A partir de las	Parque de	30 min	0.25

<b>Compañía</b>	<b>Día</b>	<b>Turno</b>	<b>Hora de Salida</b>	<b>Lugar de Llegada</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Precio</b>
	Domingo		06: 00 a.m. hasta las 14:00 cada 30 minutos desde Terminal de Antonio Ante	Imantag		ctvs
Coop. Urcuqui	Lunes a Viernes	1	05:30 am de Urcuqui	06:00 am a Peribuela	30 m	0.30 ctvs.
		2	13:30 am de Urcuqui	14:00 am a Peribuela	30 m	0.30 ctvs.
Particulares : Taxis, camionetas.	Siempre		A toda hora de Cotacachi		20 m	\$ 7,00
Camionetas	Siempre		A toda hora de Imantag		10 m	\$ 2,50

### **g. Aspecto Cultural**

#### **1) Etnicidad**

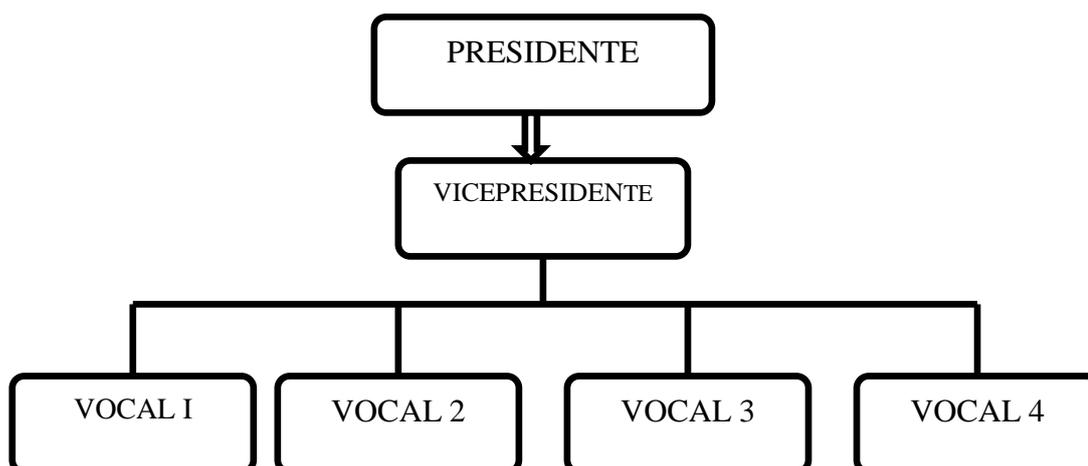
El 95% de la población de la parroquia es de origen étnico Kichwa de la Sierra Norte. Toda la población se autodenomina como pueblo Imantag, actualmente se encuentra en el proceso de registrarse como un pueblo más de la nacionalidad Kichwa. El 40 % de la población habla solo kichwa, el 55% kichwa y español. La religión que prevalece en el lugar es la católica en un 90% de la población y la diferencia es evangélica.

El pueblo Imantag está sufriendo la pérdida del patrimonio cultural a causa de la aculturación, las migraciones temporales ha inducido el aprendizaje de nuevas formas de vida y la desvalorización de la cultura local.

## **5. Ámbito Político Institucional**

### **a. Político Administrativo**

La estructura político-administrativo de la parroquia está conformada por un Presidente, que se designa mediante asamblea general, las decisiones apropiadas para beneficio de la parroquia se dan básicamente bajo la opinión y participación de los habitantes de las comunidades.



**Gráfico N° 05.** Organigrama administrativo de la parroquia.

**Cuadro N° 05.** Representantes de la parroquia de Imantag.

<b>Nombres</b>	<b>Cargo</b>
Sr. Alberto Menacho	Presidente
Sr. Miguel Ramos	1 vocal
Sra. Carmen Morán	2 vocal
Sr. Cornelio Orbes	3 vocal
Sr. Francisco Araque	4 vocal
Sr. Jose Cabascango	5 vocal

La población general de las comunidades designa representantes, para la Junta Parroquial estas autoridades velan por el bienestar de las comunidades, por lo tanto anualmente convocarán a toda la población de las comunidades para dar a conocer las obras realizadas durante el año.

## b. Condición organizativa

En la parroquia se encuentran diferentes organizaciones con fines propios de acuerdo a cada necesidad. Estas organizaciones son de carácter comunitario y privado y se detallan a continuación:

**Cuadro N° 06.** Estructura organizativa de la parroquia de Imantag.

<b>Organización</b>	<b>Ubicación</b>
Junta Agua Potable	Todas las comunidades
Agua de riego	Peribuela, Quitumba, El Morlán, Ambi y Colimbuela.
Caja comunal	El Morlán
Elaboradores de sombreros	El Morlán
Apicultores	El Morlán, Quitumba y San Luis
Tejidos y bordados	El Morlán
Grupo de Danza	Ambi y El Morlán
Deportivas	Todas las comunidades

## 6. Ámbito Turístico

La potencialidad de la parroquia está en las expresiones culturales como: vestimenta, prácticas agrícolas, festividades, entre otros y recursos naturales como: mirador, bosque primario, volcanes y lagunas.

Adicionalmente se tiene la presencia de vertientes, en las que suelen realizar baños de purificaciones y limpias, que son practicados por el Yachak de lugares aledaños de las comunidades.

**a. Servicios turísticos.**

**Cuadro N°07:** Establecimientos de servicios turísticos de la parroquia de Imantag.

ESTABLECIMIENTO	PLAZAS		SERVICIO
	MESAS	SILLAS	
Microempresa de turismo comunitario	6	24	Desayuno, almuerzos, meriendas, platos típicos. Estos servicios se preparan bajo pedidos.
Comedor Anita	4	16	Comidas rápidas.
Restaurante Rosita	8	32	Almuerzos y comidas rápidas
Comedor Lita Achina	3	14	Almuerzos y comidas rápidas

**1) Alojamiento**

**a) Microempresa de turismo comunitario de la comunidad de Peribuela.**

La microempresa está ubicada en la comunidad de Peribuela a 25 minutos de la cabecera parroquial de Imantag, la cual cuenta con servicio de alojamiento para 24 pax en una cabaña construida a base de materiales propios de la zona (ladrillo, madera, teja y paja), posee una zona destinada al camping. Este proyecto de turismo comunitario busca la protección de su patrimonio cultural y natural.

**b) Productos turísticos**

Existen visitas temporales de turistas extranjeros al mirador Muyu Urcu operado por la agencia de turismo comunitario Runa Tupari, la cual no genera beneficio alguno a la comunidad.

## B. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE IMANTAG.

El potencial turístico de la parroquia de Imantag se basa en la riqueza cultural y natural, siendo estos un conjunto de elementos que permite el desarrollo de una población en su medio físico natural.

**Cuadro N° 08:** Atractivo Mirador Muyu Urcu

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Luis Araque	<b>1.2 Ficha N°:</b> 001
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra	<b>1.4 Fecha:</b> 18/06/2011
<b>1.5 Nombre del atractivo:</b> Mirador Muyu Urcu	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cerro	
	
<b>Foto N° 1:</b> Mirador Muyu Urcu	<b>Por:</b> Luis Araque
<b>2 UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Imbabura	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cotacachi
<b>2.3 Parroquia:</b> Imantag	
<b>2.4 Latitud:</b> 0°19 N	<b>2.5 Longitud:</b> 78°01 O
<b>3 CENTRO URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del centro poblado:</b> Imantag	<b>3.2 Distancia:</b> 6 km.
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2.800 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12° - 16° C.	
<b>4.3 Precipitación pluviométrica:</b> 1000 – 2000 mm.	
<b>4.4 Ubicación del atractivo:</b> Este atractivo se encuentra ubicado en la comunidad de El Morlán al oeste de la cabecera parroquial de Imantag aproximadamente a 6 Km.	
<b>4.5 Descripción del atractivo:</b> Yana Urcu es una montaña con 2.800 msnm, es una zona amplia, en forma de un	

<p>mirador, su cima tiene una forma semicircular con un tamaño aproximado de 50 m de largo y 20 m de ancho, para llegar a este lugar se puede caminar por medio de un sendero, el recorrido toma un tiempo de una hora desde el sector llamado Yacu Pata y 30 minutos desde Ugsha Chupa, desde este lugar se puede observar diferentes atractivos como volcanes: Imbabura, Cotacachi, Yana Urcu, Cayambe, Chiles y Antisana y centros poblados como Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante e Ibarra.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>  En este lugar la población de las comunidades de la parroquia suelen subir al cerro para dar el wakchakaray, por la resurrección del Cristo Jesús y por las almas en la semana santa.  En este atractivo se puede encontrar vegetaciones de plantas nativas como el kishuar (<i>Buddlejaincana</i>), arrayán (<i>Eugenia sp.</i>), zigzig (<i>Cortadeiraradiumscola</i>), tzimbalo (<i>Solanumcaripense</i>), entre otras, en donde albergan especies de fauna como águila pechinegra (<i>Aetusmelanoleucus</i>), semillero colifajeado (<i>Catameniaaanalis</i>), chiguaco (<i>Turduschiguanco</i>) curiangues (<i>Phalcoboenuscaranculata</i>), lobo de páramo (<i>Pseudalopexcurapeus</i>), como característicos de la zona.</p>
<p><b>4.7 Permisos y restricciones:</b>  Ninguno.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos actuales</b>  En la actualidad este lugar es utilizado como un mirador, ya que es la parte más alta de la comunidad. Entre las actividades actuales que se desarrollan en este atractivo están: caminatas, observación del paisaje y/o cultivos tradicionales, y fotografía.</p>
<p><b>4.8.2 Usos potenciales</b>  Sobre este atractivo se podría implementar camping, observación de aves, interpretación cultural y ambiental a través de senderos auto guiados.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>  - Se debe mejorar el sendero de la parte Norte para el acceso al cerro, de esta forma el visitante se sentirá seguro al momento de su acceso.  - Colocar letreros orientativos que indiquen la ubicación del atractivo.  - Colocar letreros interpretativos a lo largo del sendero que indiquen los elementos de flora o fauna del lugar.  - Capacitación de guías nativos.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos:</b>  - Generación de ingresos económicos para poder mantener en buen estado el sendero.  - Un nuevo lugar para la relajación.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos:</b>  - Erosión del suelo.  - Disminución de la vegetación nativa.  - Presencia de basura por la visita de turistas.</p>
<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> Alterado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b>  Es un sitio que se encuentra alterado, en vista de que existe la presencia de antenas de radio en el mirador esto hace que cambie su belleza paisajística.</p>

<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> La comunidad de El Morlán han reforestado partes de este cerro con especies nativas de la zona y el resto del área se conserva como bosque nativo.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/Sendero	
<b>7.3 Estado de vía:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Bus (Cooperativa de transporte de Julio, camioneta o taxi).	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días a cualquier hora.	<b>7.6 Temporalidad de Acceso:</b> Todo el año.	
<b>7.7 Observación:</b> Se puede tomar un vehículo desde Cotacachi hacia Imantag y Comunidad de El Morlán sector Yacu Pata, para luego seguir por un sendero que conduce al mirador.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
En este lugar no se encuentra ningún tipo de servicio, pero en la cabecera parroquial se pueden encontrar servicios de restaurantes donde se ofrecen platos especiales y menús del día, cuenta también con pequeñas tiendas que ofrecen los alimentos básicos.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Potable		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema interconectado		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Grupo étnico Imantag <b>10.2 Distancia:</b> 0.5 Km.		
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación	4
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	1
	d) Internacional	
TOTAL		36
<b>13. JERARQUIZACION</b>		
<b>Jerarquía:</b> II Lo que significa que este atractivo posee rasgos llamativo, que le interesaría a visitantes de larga distancia, sea de mercado interno o receptivo.		

**Cuadro N° 09:** Atractivo Vertiente Hierba Buena

<b>2. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Luis Araque	<b>1.2 Ficha N°:</b> 002
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra	<b>1.4 Fecha:</b> 18/06/2011
<b>1.5 Nombre del atractivo:</b> Vertiente Hierba Buena	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Vertiente	
<b>1.8 Subtipo:</b> Fuente	
	
<b>Foto N° 2:</b> Vertiente Hierba Buena	<b>Por:</b> Luis Araque
<b>2 UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Imbabura <b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cotacachi	
<b>2.3 Parroquia:</b> Imantag	
<b>2.4 Latitud:</b> 0°22 N <b>2.5 Longitud:</b> 78°35 O	
<b>3 CENTRO URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del centro poblado:</b> Imantag <b>3.2 Distancia:</b> 6 km.	
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2.543 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12° - 16° C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1000 – 2000 mm.	
<b>4.4 Ubicación del atractivo:</b> Este atractivo se encuentra ubicado en la comunidad de El Morlán en el sector llamado Catzo Pampa, al oeste de la cabecera parroquial de Imantag aproximadamente a 5 Km.	
<b>4.5 Descripción del atractivo:</b> Una vertiente que nace bajo de unas rocas, produciendo un aproximado de dos litros por segundo en el cual se realizan baños rituales en diferentes festividades como Capac Raymi, Inty Raymi y Paukar Raymi, en las que la mayoría de la población de la parroquia de Imantag participan en estas festividades, acompañando a los Yachaks renombrados de la provincia de Imbabura.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> En los alrededores de este atractivo se puede encontrar vegetación compuesta de plantas nativas como el kishuar ( <i>Buddlejaincana</i> ), arrayan ( <i>Eugenia sp</i> ), zigzig	

<p>(<i>Cortadeiraradiumscola</i>), tzimbaló (<i>Solanum caripense</i>), entre otras, en donde albergan especies de fauna como, semillero colifajeado (<i>Catamenia analis</i>), chiguaco (<i>Turdus chiguanco</i>), cuy silvestre (<i>Caviaporcellus</i>), ratón común (<i>Mus musculus</i>), que son las especies más representativas de la zona.</p>	
<b>4.7 Permisos y restricciones:</b> La visita a este atractivo es muy interesante, agradable y recreativa, no existe ningún inconveniente porque la visita se realiza con guías nativos.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b> En la actualidad este lugar es utilizado para realizar baños rituales y como sitio de recreación para el relajamiento.	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b> Muy cerca a este atractivo se podría implementar un espacio para camping, observación de aves, fotografías y caminatas por el sendero.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Se debe implementar un sistema de señalética que conduzca hacia el atractivo partiendo desde el centro poblado.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos:</b> - Generación de ingresos económicos para el mejoramiento de infraestructura de acceso. - Un nuevo lugar para la relajación.	
<b>4.9.2 Impactos negativos:</b> - Erosión del suelo. - Presencia de basura por los visitantes.	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado: No alterado</b>	
<b>5.2 Causas:</b> La comunidad es consciente de la protección de esta vertiente, en vista de que provee de agua para la comunidad y para el regadío de sus huertos.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b> La expansión de la frontera agrícola hace que vaya disminuyendo la vegetación de la zona la cual está cambiando la belleza paisajística del atractivo.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Sendero
<b>7.3 Estado de vía:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Bus (Cooperativa de transporte de Julio, camioneta o taxi).
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días a cualquier hora.	<b>7.6 Temporalidad de Acceso:</b> Todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b> Se puede tomar el bus desde el terminal de la ciudad de Cotacachi hacia la parroquia de Imantag, luego hacia la Comunidad de El Morlán y seguir por un camino de tercer orden hasta llegar a la vertiente.	
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>	

En este lugar no se encuentra ningún tipo de servicio, pero en la cabecera parroquial se pueden encontrar servicios de restaurantes que ofertan platos especiales y menú del día, cuenta también con pequeñas tiendas que ofrecen alimentos básicos.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Potable		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> No existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>		<b>10.2 Distancia:</b>
- Grupo étnico Imantag 0.5 Km		
- Muyu Urcu		0.4 Km
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		30
<b>13. JERARQUIZACION</b>		
<b>Jerarquía:</b> II Esto significa que el atractivo posee rasgos llamativo, que le interesaría a visitantes de larga distancia, sea de mercado interno o receptivo.		

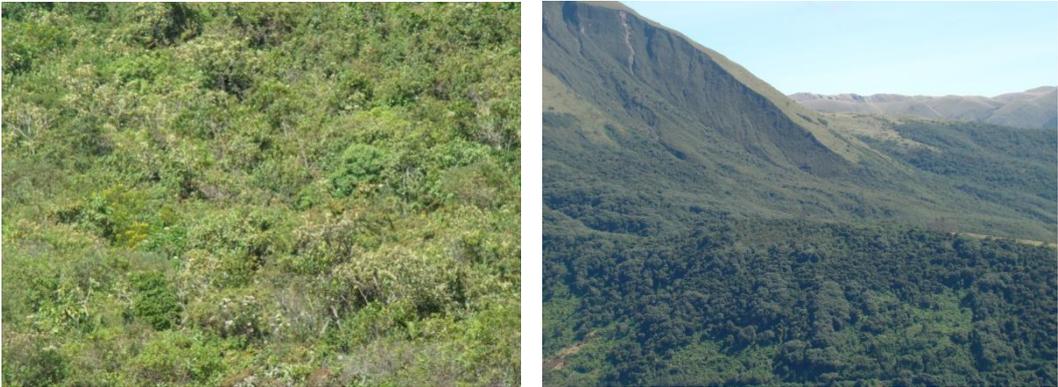
**Cuadro N° 10:** Atractivo Cascada Caballito

<b>3. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Luis Araque	<b>1.2 Ficha N°:</b> 003
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra	<b>1.4 Fecha:</b> 18/06/2011
<b>1.5 Nombre del atractivo:</b> Cascada Caballito	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambiente lacustre	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Foto N° 3:</b> Cascada Caballito	<b>Por:</b> Luis Araque
<b>2 UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Imbabura	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cotacachi
<b>2.3 Parroquia:</b> Imantag	
<b>2.4 Latitud:</b> 0°11 N	<b>2.5 Longitud:</b> 78°28 O
<b>3 CENTRO URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del centro poblado:</b> Imantag	<b>3.2 Distancia:</b> 10 km.
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2.650 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12° - 16° C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1000 – 2000 mm.	
<b>4.4 Ubicación del atractivo:</b> Este atractivo se encuentra ubicado en las faldas orientales del volcán Cotacachi, aproximadamente a 10 Km, de la cabecera parroquial de Imantag, dentro de la comunidad de San Luis de la Carbonería en la quebrada caballito accediendo a través de un sendero que empieza desde el canal de riego, en épocas de verano disminuye la cantidad de agua y disminuye el área de la poza.	
<b>4.5 Descripción del atractivo:</b> La cascada del Rio Caballito, tiene una altura aproximada de 6m de su caída que forma una laguna de 7x7 metros, sobre los 2.650 msnm, en medio del bosque montano alto.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> En los alrededores de este atractivo se puede apreciar aves características del bosque montano, de la misma manera vegetación con plantas nativas como el kishuar ( <i>Buddlejaincana</i> ), zigzig ( <i>Cortadeiraradiumscola</i> ), paja de páramo ( <i>Calamagrostissp</i> )	

<p>(<i>Stipaichu</i>), polilepis (<i>Polylepisincana</i>), entre otras.          En este lugar la caída de agua con un sol radiante forma el arco iris.</p>	
<b>4.7 Permisos y restricciones:</b>	
Ninguno.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b>	
<p>En la actualidad este lugar está en proceso de ser aprovechado mediante el turismo.          Los comuneros suelen visitar este sitio en un día libre para darse un baño.</p>	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b>	
<p>Junto al Rio se puede implementar senderismo, observación de aves e interpretación de los recursos existentes en la zona.</p>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se debe implementar un sistema de señalética para que conduzca hacia el atractivo partiendo desde la comunidad.</li> <li>- Colocar letreros interpretativos a lo largo del sendero que indiquen los elementos de flora o fauna del lugar y orientativos para que indiquen la ubicación.</li> <li>- Capacitación a los guías nativos.</li> </ul>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingreso económico.</li> <li>- Un nuevo lugar para la relajación.</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erosión del suelo.</li> <li>- Disminución de la flora y fauna del lugar.</li> </ul>	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado: No alterado</b>	
<b>5.2 Causas:</b>	
<p>Este atractivo se encuentra intacto pues está dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas y los comuneros son conscientes de la protección de estos recursos.</p>	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro	
<b>6.2 Causas:</b>	
<p>La expansión de la frontera agrícola se encuentra a aproximadamente 2 Km esto hará que vaya disminuyendo la vegetación de la zona la cual está cambiando la belleza paisajística del atractivo.</p>	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Sendero
<b>7.3 Estado de vía:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> automóvil 4x4y motocicleta.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días a cualquier hora.	<b>7.6 Temporalidad de Acceso:</b> Todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b> Se puede tomar el bus desde el terminal de las ciudades de Cotacachi, Atuntaqui e Ibarra hacia la parroquia de Imantag, dirigir hacia la Comunidad de San Luis de la Carbonería, para luego seguir por un camino de tercer y sendero hasta llegar a la cascada.	
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>	

En este atractivo no existe ningún servicio turístico, pero en la comunidad de Peribuela cercana a este atractivo cuentan con servicio de alojamiento y alimentación.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No existe		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> No existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>		<b>10.2 Distancia:</b>
- Grupo étnico Imantag	2.5 Km.	
- Muyu Urcu		4 Km
- Catzo Pampa		3.5 Km
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación	4
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24
<b>13. JERARQUIZACION</b>		
<b>Jerarquía:</b> I Sin merito suficiente que forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.		

**Cuadro N° 11:** Atractivo Bosque Protector Peribuela.

<b>4. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Luis Araque	<b>1.2 Ficha N°:</b> 004
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra	<b>1.4 Fecha:</b> 18/06/2011
<b>1.5 Nombre del atractivo:</b> Bosque Protector de Peribuela	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Bosques	
<b>1.8 Subtipo:</b> Bosque protector comunitario	
	
<b>Foto N° 4:</b> Bosque Protector de Peribuela	<b>Por:</b> Luis Araque
<b>2 UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Imbabura	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cotacachi
<b>2.3 Parroquia:</b> Imantag	
<b>2.4 Latitud:</b> 0°18 N	<b>2.5 Longitud:</b> 78°05 O
<b>3 CENTRO URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del centro poblado:</b> Imantag	<b>3.2 Distancia:</b> 9 km.
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2.739msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12° - 16° C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1000 – 2000 mm.	
<b>4.4 Ubicación del atractivo:</b> Este atractivo se ubica al Oeste de la comunidad de Peribuela en la falda del volcán Cotacachi, aproximadamente a 2 km de la comunidad, se puede acceder desde cualquier centro urbano hasta la comunidad de Peribuela y seguir la vía a Pucalpa hasta la Y se toma un desvío y se continua hacia la izquierda por un sendero hacia el bosque protector.	
<b>4.5 Descripción del atractivo:</b> El bosque protector tiene un área de 120 Km <sup>2</sup> , a una altura de 2.739msnm, dentro del bosque se puede apreciar un sendero que conducen hacia los sitios de interés, el sendero cuenta con señalética bien diseñada. A través del sendero se encuentran 3	

<p>cabañas en las cuales se puede descansar en el medio del bosque. Su principal recurso es el bosque primario que ofrece la posibilidad de ver especies de flora y fauna en compañía de guías nativos.</p>	
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Por el interior de este atractivo cruza el río Tushila que en su recorrido produce caídas de agua o cascadas magníficas para ser visitadas. De la misma manera especies vegetales como el kishuar (<i>Buddlejaincana</i>), arrayán (<i>Eugenia sp</i>), zigzig (<i>Cortadeiraradiumscola</i>), entre otras. Además la fauna como raposa (<i>Didelphyasp</i>), gavián (<i>Buteopolyosoma</i>), conejo silvestre (<i>Silvilagusbrasilencis</i>), entre otras.</p>	
<p><b>4.7 Permisos y restricciones:</b> Todo acceso será permitido previo autorización de la comunidad de Peribuela en compañía de los guías nativos.</p>	
<p><b>4.8 Usos</b></p>	
<p><b>4.8.1 Usos actuales</b> En la actualidad este atractivo es utilizado para las visitas de turistas mediante la Microempresa de Turismo Comunitario de la comunidad de Peribuela, para realizar senderismo, trekking a través del bosque protector e interpretación ambiental y cultural.</p>	
<p><b>4.8.2 Usos potenciales:</b> En este atractivo se podría implementar actividades turísticas como: paseo en caballos (cabalgatas), camping, fotografía y actividad de aventura.</p>	
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Se debe mejorar e implementar señalética desde las ciudades de Cotacachi y Otavalo y partes del sendero de acceso hacia el bosque protector.</p>	
<p><b>4.9 Impactos</b></p>	
<p><b>4.9.1 Impactos positivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingreso económico</li> <li>- Un nuevo lugar para la relajación.</li> </ul>	
<p><b>4.9.2 Impactos negativos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erosión del suelo.</li> <li>- Disminución de la flora y fauna del bosque.</li> <li>- Presencia de basura.</li> </ul>	
<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b></p>	
<p><b>5.1 Estado: No alterado</b></p>	
<p><b>5.2 Causas:</b> Es un sitio que se mantiene intacto, porque los comuneros, protegen de cualquier daño.</p>	
<p><b>6. ENTORNO:</b></p>	
<p><b>6.1 Entorno:</b> En proceso de deterioro</p>	
<p><b>6.2 Causas:</b> El entorno de este bosque existe un avance en la frontera agrícola y el pastoreo esto hace que cambie la belleza paisajística del lugar.</p>	
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>	
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre</p>	<p><b>7.2 Subtipo:</b> Sendero</p>
<p><b>7.3 Estado de vía:</b> Bueno</p>	<p><b>7.4 Transporte:</b> cualquier tipo de vehículo</p>

	(bus, camioneta, motocicleta, etc.).	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días a cualquier hora.	<b>7.6 Temporalidad de Acceso:</b> Todo el año.	
<b>7.7 Observaciones:</b> Se puede tomar el bus desde el terminal de la ciudad de Cotacachi o Atuntaqui y dirigirse hacia la parroquia de Imantag, luego en camioneta hacia la comunidad de Peribuela, para luego seguir por un sendero que conduce hasta el interior del bosque.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
En este atractivo no existe ningún servicio turístico, pero en el centro poblado de la comunidad se encuentra la microempresa de turismo comunitario la cual ofrece servicios de alojamiento tipo camping, alimentación, guías nativos, senderos interpretativos, visita a las tolas y arquitectura vernácula, manifestaciones culturales y artísticas, shamanismo, entre otras.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Agua potable		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> No existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
- Grupo étnico Imantag	0.5 Km	
- Cascada Caballito		1.5 Km
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		26
<b>13. JERARQUIZACION</b>		
<b>Jerarquía:</b> II Tiene algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo.		

**Cuadro N° 12:** Atractivo Volcán Cotacachi

<b>5. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Luis Araque	<b>1.2 Ficha N°:</b> 005
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra	<b>1.4 Fecha:</b> 18/06/2011
<b>1.5 Nombre del atractivo:</b> Volcán Cotacachi	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Montaña	
<b>1.8 Subtipo:</b> Volcanes	
	
<b>Foto N° 5:</b> Volcán Cotacachi <b>Por:</b> Luis Araque	
<b>2 UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Imbabura <b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cotacachi	
<b>2.3 Parroquia:</b> Imantag	
<b>2.4 Latitud:</b> 0°22 N <b>2.5 Longitud:</b> 78°20 O	
<b>3 CENTRO URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del centro poblado:</b>	<b>3.2 Distancia</b>
- Imantag	11 km
- Cotacachi	13 Km
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 4939 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12° - 16° C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1000 – 2000 mm.	
<b>4.4 Ubicación del atractivo:</b> Este atractivo se ubica al oeste de la cabecera parroquial de Imantag aproximadamente a 11 Km, de la misma manera se puede acceder por las comunidades de El Morlán, San Luis, Peribuela y Pucalpa de 1 a 2 Km de distancia.	
<b>4.5 Descripción del atractivo:</b> Volcán Cotacachi es una montaña empinada con múltiples peñascos con una altura de 4.939 msnm, en su cima presenta dos cúspides separadas por una pequeña ensillada a manera del volcán Iliniza. A pocos kilómetros al norte de la caldera volcánica del Cuicocha está el volcán Cotacachi, con el que forma una misma unidad geológica, este volcán presentó actividad durante el Pleistoceno, periodo en el cuál se extinguió para dar paso luego a la actividad del volcán Cuicocha.	

<p>Por ser el volcán más alta de la localidad sirve como mirador en donde se puede observar volcanes cercanos como: Imbabura, Cayambe, Chiles, Antisana, Yana Urcu y Fuya Fuya, así mismo centros poblados como Cotacachi, Otavalo, Antonio Ante, Urcuqui e Ibarra.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>  <b>Cascada Wualaví.</b> Esta cascada se encuentra aproximadamente a 300 metros al norte del volcán, tiene una altura de caída de agua de 40 metros que forma parte del Rio Warmi Yacu y posee una gran diversidad de flora y fauna propias del páramo. Además en este atractivo se puede encontrar vegetaciones de plantas nativas como el kishuar (<i>Buddlejaincana</i>), arrayán (<i>Eugenia sp</i>), zigzig (<i>Cortadeiraradiumscola</i>), tzimbalo (<i>Solanumcaripense</i>), entre otras, en donde albergan especies de fauna como: semillero colifajeado (<i>Catameniaaanalis</i>), chiguaco (<i>Turduschiguanco</i>) curiquirengues (<i>Philcoboenuscaranculata</i>), lobo de paramo(<i>Pseudalopexcurapeus</i>), como característicos de la zona.</p>
<p><b>4.7 Permisos y restricciones:</b>  Deberán ingresar con su debido permiso, lo cual lo pueden hacer en la entrada a Cuicocha y por el lado de Imantag (comunidades de: El Morlán, San Luis de la Carbonería, Peribuela y Pucalpa) previo acompañamiento por guías nativos.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos actuales</b>  Actualmente este volcán es utilizado para realizar andinismo y excursionismo. Su nieve es aun explotada en forma esporádica (hieleros de Cotacachi) al igual que la paja para la elaboración de helados.</p>
<p><b>4.8.2 Usos potenciales</b>  Sobre este atractivo se podría implementar actividades turísticas como observación de aves, escaladas en rocas, trekking y camping.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>  Se debe mejorar el sendero e implementar señalética por la parte Norte para el acceso al Volcán, de esta forma el visitante se sentirá seguro acompañado por guías al momento de subir al Volcán Cotacachi.  Colocar letreros interpretativos a lo largo del sendero que indiquen los elementos de flora o fauna del lugar y orientativos que indiquen la ubicación del atractivo.  Capacitación de guías nativos.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingreso económico.</li> <li>- Intercambio cultural.</li> </ul>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erosión del suelo.</li> <li>- Disminución de la vegetación nativa.</li> <li>- Quema del pajonal.</li> <li>- Erosión del glacial.</li> </ul>
<p><b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> No alterado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b>  Es un sitio que se mantiene naturalmente intacta porque este volcán está dentro de la Reserva Cotacachi Cayapas por lo tanto ellos son los encargados de cuidar que no</p>

exista ningún daño sobre este atractivo.		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Proceso de deterioro		
<b>6.2 Causas:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deforestación</li> <li>- Construcción de la vía de acceso a las antenas, erosión glacial, quema de pajonales.</li> <li>- Mal uso de tierra.</li> </ul>		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.7 Observaciones:</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Sendero	
<b>7.3 Estado de vía:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil 4x4.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días a cualquier hora.	<b>7.6 Temporalidad de Acceso:</b> Todo el año.	
<b>7.7 Observaciones:</b> Se puede tomar el bus desde el terminal de la ciudad de Cotacachi u Otavalo y dirigirse hasta la laguna de Cuicocha para luego subir hasta las antenas y seguir caminando. Desde la parroquia de Imantag, se puede dirigir de las comunidades de El Morlán, San Luis, Peribuela y Pucalpa para luego caminar hacia el volcán.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
Sobre este atractivo no se encuentra ningún tipo de servicio, pero en la cabecera parroquial de Imantag se puede encontrar servicios de alimentación y en la cabecera cantonal de Cotacachi se provee de servicios de alimentación y alojamiento bien equipado.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No existe		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> No existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
- Grupo étnico Imantag 1.5 Km		
- Cascada Caballito	1 Km	
- Catzo Pampa 2 Km		
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Nacional		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	5
	c) Nacional	5
	d) Internacional	4
<b>TOTAL</b>		<b>43</b>

<b>13. JERARQUIZACION</b>	
<b>Jerarquía:</b> II Tiene algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo.	

**Cuadro N° 13:** Atractivo Lagunas de Piñán

<b>6. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Luis Araque	<b>1.2 Ficha N°:</b> 006
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra	<b>1.4 Fecha:</b> 18/06/2011
<b>1.5 Nombre del atractivo:</b> Lagunas de Piñán	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambiente Lacustre	
<b>1.8 Subtipo:</b> Lagunas	
	
<b>Foto N° 6:</b> Lagunas de Piñán <b>Por:</b> Luis Araque	
<b>2 UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Imbabura	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cotacachi
<b>2.3 Parroquia:</b> Imantag	
<b>2.4 Latitud:</b> 0°28 N	<b>2.5 Longitud:</b> 78°40 O
<b>3 CENTRO URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del centro poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
- Imantag 48 km	
- Cotacachi	65 Km
- Urcuqui	52 Km
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 3200 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 10° C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1000 – 2000 mm.	
<b>4.4 Ubicación del atractivo:</b>	
Situada al Occidente de Urcuquí a 3.200 msnm y Noroccidente de la parroquia de Imantag, se puede llegar por la comunidad de Pucalpa, siguiendo la ruta Walaví, Pantaví y Piñán que toma 12 horas caminando y 4 horas en un vehículo 4x4, la ruta Buenos Aires del cantón Urcuqui, toma cuatro horas caminando y una hora en vehículo, además por la ruta de Irubí en el subtrópico de Intag en la parroquia Apuela, hasta llegar a Piñán el recorrido toma cuatro horas caminando.	

<p><b>4.5 Descripción del atractivo:</b>          Conjunto lacustre de origen glaciar, compuesto por lagunas permanentes de diferentes tamaños, la más grandes son: Donoso y Yanacocha, en temporada de invierno se llegan a contabilizar hasta 35 lagunillas. Se encuentran a 65Km. de Cotacachi a 3.500 msnm, forman parte de un área protegida cubierta de vegetación andina. Estos bosques son refugio de fauna y productores de agua, en donde se presenta un alto grado de epifitismo con especies como la bromelia y orquídeas.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>          La comunidad de Piñán posee riquezas en la forma de vida ancestral, se puede realizar intercambios culturales con la población ubicada a 800 metros de la laguna.          En las orillas de la laguna Donoso se realizan caminatas de excursionistas.          Pesca deportiva de trucha, fotografía, trekking, camping, así como observar la ruta serpenteante del río Piura que nace de las microcuencas del cerro Cotacachi.          Así mismo, especies de vegetación caryophilaceas (<i>Brimariaobata</i>), iridáceas (<i>Sisyrichiumtrinerve</i>), lamiaceas (<i>Saptchisaliptica</i>), geraniáceas (<i>Geraniumlaxicaule</i>), asteráceas (<i>Achirodinealata</i>), valerianeaceas (<i>Valeranesmicropilla</i>), en cuanto a la fauna encontramos las siguientes lobo de páramo (<i>Pseudalopexculpaeus</i>), conejo de paramo (<i>Silvilagusbrasilencis</i>), venado de paramo (<i>Odocoileusvirginianus</i>), pato de paramo (<i>Anasflavirostris</i>), curiangués (<i>Philcoboenusscaranculatas</i>), truchas (<i>Salmontrutta</i>), estas especies como las más característicos de la zona.</p>
<p><b>4.7 Permisos y restricciones:</b>          Se puede ingresar a las lagunas previo permiso de la comunidad de Piñán y con acompañamiento de los guías naturalistas de la localidad.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos actuales</b>          La actividad turística más importante es el excursionismo, caminatas alrededor de la laguna Donoso y pesca deportiva de truchas arcoíris.</p>
<p><b>4.8.2 Usos potenciales</b>          Sobre este atractivo se podría implementar:</p> <p>Observación de aves de páramo trekking, fotografía, ecoturismo, turismo de aventura y camping.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se debe implementar senderos y señalética bien diseñados desde la parroquia de Imantag, hacia la comunidad de Piñán y las lagunas de Piñán.</li> <li>- Colocar letreros orientativos que indiquen la ubicación del atractivo y letreros interpretativos a lo largo del sendero que indiquen los elementos de flora o fauna del lugar.</li> <li>- Capacitación de guías nativos.</li> </ul>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Genera ingresos económicos.</li> <li>- Un nuevo lugar para la relajación.</li> <li>- Intercambio cultural</li> </ul>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erosión del suelo.</li> <li>- Disminución de la vegetación nativa.</li> <li>- Quema del pajonal.</li> </ul>

- Presencia de basura por la visita de turistas.		
<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> No Alterado		
<b>5.2 Causas:</b> Porque estos territorios están dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas y los pobladores de la comunidad de Piñán son conscientes del importante recurso natural que la comunidad tiene.		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> La comunidad de Piñán y Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas protegen estos territorios por lo tanto se mantienen recursos de flora y fauna nativa.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado/Sendero	
<b>7.3 Estado de vía:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil 4 x 4.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días a cualquier hora.	<b>7.6 Temporalidad de Acceso:</b> temporada de verano.	
<b>7.7 Observaciones:</b> Se puede tomar un carro 4x4 desde la ciudad de Cotacachi u Otavalo hacia la parroquia de Imantag, para luego dirigirse hasta la Comunidad de Piñán por 3 horas. Luego se continua por un sendero que conduce hasta las lagunas.		
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>		
A 800 metros del atractivo se encuentra la comunidad de Piñán en la cual se localiza el centro de turismo comunitario de Piñán en la que se ofrecen servicios de alimentación como platos especiales y menús del día bajo pedido y alojamiento para 24 pax además cuentan espacios para camping.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema interconectado		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Comunidad de Piñán	<b>10.2 Distancia:</b> 0,8 Km	
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Nacional		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	4
	c) Nacional	

	d) Internacional	
TOTAL		32
<b>13. JERARQUIZACION</b>		
<b>Jerarquía:</b> II Tiene algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo.		

**Cuadro N° 14: Atractivo Iglesia Imantag**

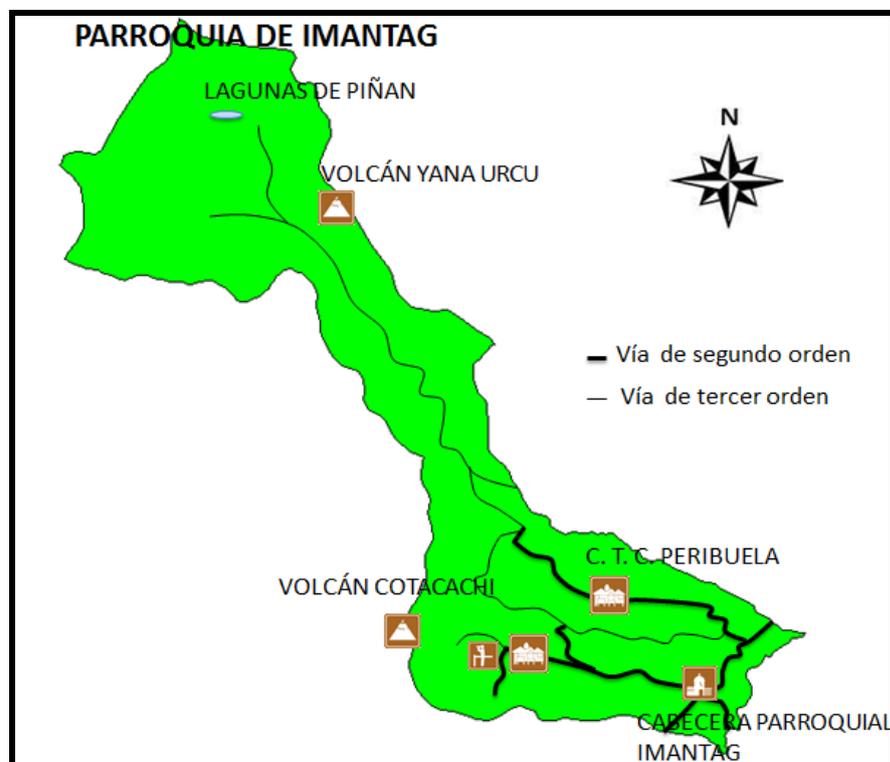
<b>7. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Luis Araque	<b>1.2 Ficha N°:</b> 007
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Patricia Tierra	<b>1.4 Fecha:</b> 18/06/2011
<b>1.5 Nombre del atractivo:</b> Iglesia Imantag	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Histórica	
<b>1.8 Subtipo:</b> Arquitectura Religiosa.	
	
<b>Foto N° 7: Iglesia Imantag</b> <b>Por: Luis Araque</b>	
<b>2 UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Imbabura	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cotacachi
<b>2.3 Parroquia:</b> Imantag	
<b>2.4 Latitud:</b> Latitud: 0°55 N	<b>2.5 Longitud:</b> 78° 10 O
<b>3 CENTRO URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del centro poblado:</b> Imantag	<b>3.2 Distancia:</b> 0,1 km
<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2.230 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12° - 16° C.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1000 – 2000 mm.	
<b>4.4 Ubicación del atractivo:</b> Se encuentra en el parque central de la cabecera parroquial de Imantag.	
<b>4.5 Descripción del atractivo:</b> Es una iglesia de construcción antigua que data de 221 años, construida con materiales propios de la zona como: cangahua tallado a manera de adobe, ladrillo, y adobe. Las	

paredes tienen un diámetro de grosor de aproximadamente 1 metro. El techo está cubierto de teja. La altura en la parte frontal de la iglesia es de 40 metros. Hace pocos años atrás fue restaurada.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Esta iglesia posee dos campanarios en la parte superior de la fachada frontal en la que se puede acceder para tomar fotografías y observar todo a su alrededor. Internamente se encuentran cuadros de arte religioso y diferentes santos.	
<b>4.7 Permisos y restricciones</b> Ninguno.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales</b> La iglesia es utilizada con fines religiosos, para las celebraciones de matrimonio, bautizos, funerales entre otras.	
<b>4.8.2 Usos potenciales</b> Se puede observar arte religioso que datan de más de 200 años y conocer su proceso de construcción e historia.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b> Se debe mejorar los letreros interpretativos internamente que indiquen año e historia de arte religioso. Capacitación de guías nativos.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos:</b> - Generación de ingresos económicos. - Un nuevo lugar para conocer el arte religioso. - Promueve el intercambio cultural.	
<b>4.9.2 Impactos negativos:</b> - Deterioro de las instalaciones. - Presencia de basura por la visita de turistas.	
<b>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No Alterado	
<b>5.2 Causas:</b> La mayoría de la población de Imantag sigue la religión católica, por lo tanto promueven el cuidado y mantenimiento de toda la instalación de la iglesia.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Toda la población vela por el bienestar de la iglesia.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Sendero
<b>7.3 Estado de vía:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Todo tipo de vehículo.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días.	<b>7.6 Temporalidad de Acceso:</b> Todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b> Se puede tomar el bus desde el terminal de la ciudad de Cotacachi, Otavalo o Antonio Ante, hacia la parroquia de Imantag.	
<b>8. FACILIDADES TURISTICAS</b>	
En la cabecera parroquial de Imantag se puede encontrar servicios de restaurantes	

donde ofrecen platos especiales y menú del día, cuenta también con pequeñas tiendas que ofrecen los alimentos básicos.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Potable		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> Sistema interconectado		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Si existe		
<b>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>		<b>10.2 Distancia:</b>
- Grupo étnico Imantag		0,1 Km
<b>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		34
<b>13. JERARQUIZACION</b>		
<b>Jerarquía:</b> II Tiene algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo.		

**Cuadro N° 15.** Resumen de los atractivos turísticos

N°	NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
1	Mirador Muyu Urcu	Sitio Natural	Montaña	Cerro	II
2	Hierva BuenaPugio	Sitio Natural	Vertiente	Fuente	II
3	Cascada Caballito	Sitio Natural	Ríos	Cascada	I
4	Bosque Protector de Peribuela	Sitio Natural	Sistema de áreas protegidas	Bosque protector	II
5	Volcán Cotacachi	Sitio Natural	Montaña	Volcanes	II
6	Laguna de Piñán	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Lagunas	II
7	Iglesia Imantag	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura religiosa	II

**Gráfico N° 2:** Mapa de atractivos turísticos de la parroquia de Imantag

## **C. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES**

Dentro de la parroquia Imantag se asienta el pueblo Imantag con su larga tradición y costumbre que todavía se mantienen como una forma de vida única, que en su pasado fue una de las más representativas de la zona.

Algunas de estas costumbres a través del tiempo y por la influencia de la religión católica han sufrido variaciones en la vida de este pueblo.

### **1. Inventario de los recursos culturales de la parroquia de Imantag**

#### **a. Lista de bienes del Patrimonio Cultural**

##### **1) Cosas de respeto**

###### **a) Muyu Urcu**

Un cerro ubicado dentro de la comunidad de El Morlán de gran importancia para los pobladores de la comunidad de El Morlán y la parroquia de Imantag, ya que en el feriado de semana santa suelen visitar niños jóvenes y adultos con el fin de dar el intercambio de comidas (waccha caray).

###### **b) Catzo Pampa**

Un ojo de agua (vertiente) lugar muy valorado por la comunidad de El Morlán y El Cercado en este lugar se realizan baños rituales, para adquirir buenas energías y fortalezas, principalmente para las fiestas del Inti Raymi. Esta tradición se viene realizándose desde los abuelos hasta la actualidad.

## **b. El saber popular diario**

### **1) Vivienda**

Actualmente se puede observar viviendas hechas de barro a mano, adobe, tapial y ladrillos revocados que se detalla a continuación:

#### **a) Vivienda tradicional**

##### **i. Vivienda cuadrada y rectangular de barro**

Es construida con materiales como el adobe (mezcla de tierra con agua y estiércol de ganado) para la pared, con techo de teja o paja de paramo, el piso en la mayoría de las viviendas son de tierra, teniendo un máximo de cuatro cuartos.

#### **b) Vivienda actual**

##### **i. Vivienda cuadrada y rectangular de hormigón**

Son construidas a base de ladrillos y bloque, la estructura de la pared está unida a una columna de hierro (hierro, arena, ripio, cemento y agua).

El tumbado es construido a base de loza que consta de hierro tejido entre sí, más el bloque y hormigón.

### **2) Vestimenta**

#### **a) Vestimenta tradicional**

La vestimenta para el pueblo Imantag era muy importante sea para mujeres y hombres, con la ropa la gente demostraba su cultura, esto les diferenciaba de otros pueblos.

Las prendas de vestir que utilizaban comúnmente (ropa del diario) son:

#### **i. Vestimenta de la Mujer**

- Camisa generalmente blanco, bordada en la parte del cuello.
- Fachalina blanca con franjas de color rojo, azul o negra.
- Anaco de color negro o azul.
- Dos fajas, una de color rojo (mama chumpi) y una faja delgada y larga de colores, sea rojo o azul.
- Sombrero (muchucu) de lana de color amarillo grande con una cinta roja colgada a lado.
- Huallicas (collares brillosos, generalmente de color amarillo).
- Manillas de color rojo (maqui watarina).
- Alpargatas de color azul o negro.

#### **ii. Vestimenta del Hombre**

- Camisa blanca.
- Poncho cuadrado de color azul.
- Pantalón de color blanco hasta las rodillas (waramuchu)
- Sombrero de lana de color amarillo.
- Ushuta.

Estas prendas de vestir generalmente eran utilizadas para casos especiales como matrimonio y bautizos.

#### **b) Vestimenta actual**

Hoy, son muy pocas las personas que conservan algunas prendas típicas; la mayor parte de la población las ha cambiado, por ejemplo las mujeres ahora utilizan sombrero de paño y los

hombres prácticamente ya no utiliza ninguna prenda de vestir típica, generalmente usan pantalones de tela, una chompa o/y camiseta y cualquier tipo de zapatos.

Este cambio es el resultado de la influencia de la cultura mestiza que directa e indirectamente ha afectado, especialmente en los jóvenes que hoy en día salen a lugares diferentes al suyo en busca de mejores días y poco a poco se van modernizando, llevando otras costumbres a sus pueblos.

### **3) Alimentos**

#### **a) Alimentos tradicionales**

La alimentación se basaba en todos los productos que se cultivaban en la zona como el maíz, cebada, quinua, habas, choclo, lenteja, papas y alverja, muchos de estos alimentos se consumían de manera natural, como las coladas, morocho y machica, siendo estos alimentos su comida diaria.

Cuando la gente se iba a cultivar sus tierras, generalmente llevaban kukawi, que constaba de habas, frejol, sanku (mezclada harina de maíz más agua hervida con panela) acompañado con chicha contenida en un puntu (recipiente semi-redonda de barro).

En las fiestas de matrimonios, la comida que se preparaban era colada de maíz tostado, carne y caldo de gallina, como bebida tomaban la chicha de jora fermentada.

Las actividades de mayor esfuerzo de una persona generalmente los realizaban mediante mingas, en el cual el alimento para los trabajadores se daban la sopa de arroz de cebada acompañada con cualquier grano cocida (frejol, habas o lenteja), también colada de tzawarmishki (harina de maíz más dulce de cabuya).

#### **b) Alimentos actuales**

En la actualidad por la migración a la ciudad, la población se ha visto en la necesidad de comprar otros alimentos diferentes al de su producción.

Los productos consumidos regularmente son: por la mañana son colada de avena o arroz con leche con pan o empanada, para el almuerzo preparan arroz cuando tienen acompañado sea frejol, arveja, habas, lenteja y carne, también colada de alguna harina como: maíz, haba, alverja y/ o cebada y jugos producidos en el mismo lugar o una gaseosa.

Entre los alimentos más consumidos están: la sopa de fideo, coladas de sal y de dulce, sopa de pollo, de papas, el arroz y de quinua, jugos de frutas y/o cola (gaseosa), y de vez en cuando chicha.

Así mismo consumen hortalizas que se cultivan dentro de las comunidades como: col, acelga, lechuga, coliflor, brócoli, zanahoria amarilla remolacha y cebolla.

En las fiestas actualmente se preparan alimentos; caldo de gallina, mote con hornado mas papas y curtido, papas con cuy, la bebida no ha cambiado sigue siendo la tradicional chicha, gaseosa y trago (vino, cerveza, ron).

#### 4) Forma de curar las enfermedades

##### a) Forma de curar las enfermedades en la antigüedad

En la antigüedad las enfermedades, el mal aire y todo tipo de dolencias se curaban mediante parteras, curanderas y yachaks con la ayuda de diferentes plantas medicinales.

**Cuadro N° 16.** Uso de plantas medicinales

Nombre común	Nombre científico	Uso	Tratamiento
Manzanilla		Dolor de barriga de los niños Dolor del cuerpo	Infusión
Marco	<i>Ambrosiaarborescen</i>	Mal aire	Limpieza
Eucalipto	<i>Eucaliptus glubulus</i>	Gripe, tos y cólico de las mujeres.	Infusión
Ruda, chilca	<i>Bacharisfloribundum</i>	Mal aire	Limpieza
Cabuya negra	<i>Agave americana</i>	Bebida alimenticia	Bebida dulce

Nombre común	Nombre científico	Uso	Tratamiento
Tzawarmishki			directa
Llantén	<i>Plantagomajor</i>	Desinfectar heridas	Uso externo
Caballo chupa		Hígado y riñones	Infusión
Ortiga negra	<i>Urticadicica L</i>	Reumatismo	Infusión
Taraxaco	<i>Taraxaco oficinales</i>	Problemas cardiacos	Infusión
Borraja		Gripe	Infusión bebida –
Cedrón	<i>Lipiacitriodora</i>	Dolor de estomago	Infusión

## b) Formas de curar las enfermedades en la actualidad

Las enfermedades más frecuentes en la actualidad son la gripe, ardor de garganta, dolor de cabeza o barriga y la fiebre; son pocas las personas que acuden al hospital y el resto se curan con las plantas medicinales de la misma zona, cuando las plantas medicinales no hacen efecto se acude a las pastillas y por ende a los hospitales.

## 5) Formas de cultivo

### a) Formas de cultivo tradicional

Para la siembra se utilizaba el arado de los terrenos con yunta, en donde se utiliza dos bueyes unidos por un yugo sujetados en el cacho de los bueyes, en el centro del yugo el arado y un acial (azote) para que se guie bien los surcos, se acostumbraba a cultivar cebada, trigo, alverja, maíz, fréjol, papas, quinua, entre otros, tanto hombres, mujeres e hijos se encargaban de cultivar, era un trabajo en equipo y equitativo.

Para la época de siembra, poda, deshierbe, aporque y cosecha se guiaban en el sol, la luna y las lluvias.

Los abonos que se utilizaban para la siembra eran naturales a base de animales de corral como, vacas, cuyes, gallinas, cerdos, ovejas entre otros.

### c) Formas de cultivo actual

En la actualidad, la mayoría de los pobladores en las comunidades han remplazado la yunta por el tracto, en partes por ahorrar el tiempo al máximo y facilitar el trabajo para los días de siembra. Las zonas agrícolas en la parroquia en su mayoría esta dada de monocultivos, como el tomate de árbol y frejol de palo, para esto utilizan grandes cantidades de químicos (fungicida, insecticida, fertilizantes entre otros) que son aplicados con moto bombas.

### **c. Formas de vida de las familias**

#### **1) Celebraciones del ciclo vital**

##### **a) Celebración del matrimonio en la antigüedad**

El matrimonio en el pueblo Imantag se lo celebraba con mucho respeto.

Desde el pedido de la mano involucra a toda familia hasta los últimos festejos del matrimonio los cuales se detalla a continuación:

##### **i. Maqui mañay**

El novio realiza su primera visita a la novia con el fin de pedir su mano, generalmente va acompañado de los padres y un pequeño regalo, (algún producto de la zona).

Dentro de este primer evento, suelen realizarse la búsqueda de los mama y taita padrinos, el ñawpak (guiador), el churakunatapushak (ropero), ellos eran los que velaban por el bienestar de los novios.

##### **ii. Yaucuy**

En una siguiente fecha, el novio realiza su segunda visita, esta vez acompañado por sus padres, muchos familiares y cada uno con grandes regalos (mediano) que consiste desde comidas preparadas (papas, pollo, carne cocidas y crudas como pan, plátano y panela), hasta

especies vivas como cuyes, gallinas y/u ovejas, es en este momento cuando ponen la fecha del matrimonio civil y por ende el eclesiástico.

### **iii. Matrimonio civil**

Es cuando los novios acuden al registro civil acompañado de los padres y familiares para realizar el acto matrimonial ante la autoridad.

### **iv. Matrimonio eclesiástico**

Es la celebración matrimonial ante el Dios en la iglesia, es un acto sumamente grande donde los novios están acompañados de todos los familiares e invitados. Dentro del matrimonio eclesiástico existen dos personajes encargados de que se lleve a cabo toda la ceremonia, estos personajes son:

#### **- Ñawpak**

Es la persona que guía, o que se adelanta ante todos, para dirigirse de la casa a la iglesia y viceversa, tras de este personajes deberán seguir los padrinos y los novios, seguidamente el churakunatapushak al último los padres y los acompañantes.

#### **- Churakunatapushak**

Es la persona encargada de vestir y cuidar la ropa durante la celebración y festejo del matrimonio.

En primera instancia acuden a la casa de la novia para pedir bendiciones a los suegros para luego servirse la comida y festejar. Luego, el mismo día todos los acompañantes visitaran la casa del novio, de la misma manera deberán servirse comida, bebida y hasta el amanecer festejando por los nuevos esposos dentro de la comunidad.

**v. Ñawimayllay(lavar la cara)**

Es el día siguiente de la celebración matrimonial, en esta actividad, los organizan las dos personas ya antes mencionadas con el fin de que desde ese momento empiecen su nueva vida de casados con una sola ideología entre esposo y esposa.

El agua es preparada con pétalos de flores y ortiga, quien empieza es el ñawpak, los novios, churakunatapushak y el resto de familia más cercana. Generalmente acompañado de un músico que entone el arpa.

**b) Celebración del matrimonio en la actualidad**

Actualmente el matrimonio se festeja tal como se hacían en el pasado, existen pequeñas cosas que han cambiado, por ejemplo generalmente ya no utilizan el músico que entona el arpa sino contratan orquestas o un cd móvil.

**2) Forma de celebrar la muerte antiguamente**

Los rituales funerarios siempre han sido los momentos más tristes y solemnes. Mediante juegos alegres y bailes comunitarios ayudan al difunto a iniciar su nueva vida en el mundo espiritual de los muertos.

Cuando una persona muere se viste con sus mejores prendas, se lo vela por dos noches seguidas en medio de velas y flores, al velorio acuden todos sus familiares, amigos y personas cercanas.

Durante las noches de velorio cantan y juegan a lado de la caja del muerto para que no estén tristes, los juegos que aún se mantienen son: chungana, cuntur, molino, camote, conejo y el lobo.

En el juego de **chungana**, primero que nada deben asegurar un acial, seguidamente deberán formar dos grupos en forma equitativa, luego deberán quemar un lado o una parte del maíz para que cada grupo o por sorteo coja la parte quemada o sin quemar. Este juego es parecido al juego de dados, todos los integrantes del grupo deberán votar sobre una mesa el maíz con el fin de aumentar puntajes y el grupo que más puntaje tenga castigará con el azote al otro equipo.

El juego del **molino** consiste en que aproximadamente diez personas deberán sentarse en círculo con los pies extendidos y una persona deberá estar en el medio, entonces todas las personas apretarán con los pies hacia el centro, por lo tanto la persona que está parado en el centro deberá votarse a cualquier lado y las personas que están sentadas deberán girar a cualquier lado.

El **conejo y el lobo** es un juego en el que participan de 15 a 20 personas, realizan un círculo de pie, en el centro está el conejo y afuera está el lobo, la persona de afuera tiene que alcanzar al de adentro, si sale del círculo lo atrapará, las personas que forman el círculo no deben dejar que entre y proteger al conejo.

Para el juego del **camote**, deberán formar dos grupos, en la que el jefe del grupo deberá sostenerse fuertemente de algo que lo soporte fuerzas de por lo menos cinco hombres, entonces el resto del grupo deberá sostenerse del primero y así sucesivamente, el otro grupo deberá tratar de sacarlo diciendo “camote camote”, para esto el resto del otro grupo ayudará simulando que están cavando.

El juego del **cuntur**, generalmente se juega entre las cuatro de la mañana cuando la mayoría de los acompañantes está dormida, aquí escogen a una persona que simule ser el cóndor, este deberá estar bien cubierto con un poncho, con el fin de que no le conozcan, deberá empezar

por un extremo despertando con su pico gigante a todos los que están dormidos dentro de la casa.

### **3) Música de la zona**

Existen tonadas específicas que se usan durante las fiestas. La flauta, el churo y el rondín son los instrumentos musicales de mayor uso. Así, por ejemplo, la flauta. Con ella se interpretan dos tonos: el uno para el recorrido de una casa a otra y, el otro para el baile dentro de las mismas.

Entre los distintos tonos del Inti Raymi dentro de la parroquia están:

- YaikukTaki (Tono de entrada)
- IshkayishkayTaki (Tono de pares-pares)
- KallpayTaki (Tono de trote)

Es probable que esta tradición ritualística se remonte a la época preincásica y que se haya readaptado o haya permanecido oculta en los cultos heliolátricos impuestos por los Incas.

Posteriormente, el catolicismo español intentó hacer coincidir sus festividades con estos rituales, a fin de posibilitar el adoctrinamiento y evangelización de los pueblos indígenas.

#### **a) Música tradicional**

Los instrumentos musicales más utilizados eran, rondín, rondadores, tambores, bandolina y el arpa en las fiestas más importantes de la comunidad o en matrimonios, entre otros. En el arpa se entona el denominado fandango que generalmente se usaban en el matrimonio.

#### **b) Música actual**

En la actualidad el ritmo de la música antigua se mantiene pero con otros instrumentos, por ejemplo en las fiestas del Inti Raymi ya se escucha la guitarra mezclado con bandolina y en otros tipos de fiestas se puede ver la mezcla con el ritmo antiguo y el actual por ejemplo el del matrimonio, primero se festeja con el arpa para luego terminar con la música nacional.

### **c) Danzas actuales**

Dentro de la parroquia existe un grupo de danza denominado “Sisa Waycu”, integrada por un grupo de jóvenes especialmente mujeres que participan en eventos populares, festividades de la comunidad entre otros. Este grupo participa con bailes exclusivamente tradicionales del pueblo Imantag.

### **4) Artesanías tradicionales y actuales**

Desde la antigüedad hasta la actualidad, dentro de la parroquia la gente utiliza la lana de borrego para confeccionar principalmente ponchos y bayetas, de la misma manera recursos vegetales para elaborar canastos y canastillas.

### **5) Juegos**

#### **a) Los Gallos**

Es una actividad que se realiza en todas las comunidades y barrios del centro. En un patio libre se deja suelto un gallo al cual entre 4 a 6 personas persiguen con la finalidad de descuartizarlo a mano limpia para llevarse la carne a sus hogares. Esta actividad tiene por objeto demostrar la fuerza y la habilidad de los participantes, a la vez que divierte a los espectadores.

#### **b) Entierro del gallo**

Se entierra un gallo hasta el cuello con la finalidad de que los participantes montados en la bicicleta deberán sacar al gallo enterrado.

#### **c) Tortas (grano pequeño que pertenece a la familia Fabaceae)**

El juego consiste en hacer un círculo en el suelo y cada participante deberá aportar dos a mas tortas en el círculo; para iniciar el partido deberán votar la katza (tortas más grande y de

gran peso) desde una distancia de 5 metro del círculo, mientras más cerca este al círculo éstees el que inicia el partido. El ganador será quien más tortas saque del círculo.

### **c. Los símbolos y valores**

#### **1) Cuentos y leyendas de la tradición oral de la parroquia de Imantag**

##### **a) Imbabura Urcu**

Es el cerro protector masculino, de carácter sagrado, de la región de Imbabura. Él es un taita o yaya y al mismo tiempo yachak. Su nombre es Taita (Papá) Manuel Imbabura. Es un hombre grande y viejo, un sombrero grande cubre su cabeza blanca. Frente a él está el volcán-nevado Cutacachi. Cuyo nombre proviene del verbo cutana: "moler, triturar, desmenuzar, pulverizar; piedra de moler", y de cachi: "sal"; puesto que en el Cutacachihay gran cantidad de sal.

El Cutacachi Urcu es el cerro protector femenino, de carácter sagrado, de la región. Es mama o milliy al mismo tiempo yachac primordial. Su nombre es Mama María Isabel Cotacachi, una mujer ya entrada en edad.

Se cuenta que cuando Taita Imbabura era joven, empezó a salir del Imbabura (del cerro, pues este cerro es su morada) y caminaba por las noches, solo, pensando que las demás personas le iban a conocer, a ver y a criticar el por qué el Taita Imbabura tiene que salir del cerro. Como a los jóvenes que empiezan a salir de sus casas y a recorrer el vecindario y otros lugares, le decían puriqinchu ("andariego"). Caminaba, caminaba por las noches... y de pronto se encontró con la Mama Cotacachi.

Caminaban juntos, pero que no podía declararse Manuel Imbabura, no podía declarar su amor a María Cotacachi. Cuando de repente se declaró diciendo que la amaba, que la quería, y la Mama Cotacachi respondió: "Yo también desde muchos años que te conocí he estado

enamorada. Pues ahora, entonces, vamos a ser enamorados".Una vez que transcurrió el tiempo, tuvieron un hijo. Un hijo que está a la derecha del Cotacachi, que se llamó el Yana Urcu y que está unido al cerro Cotacachi.(C.D "La tierra", Colección Realidad Virtual 2001)

### b) Juan Oso.

En la época en la que la comunidad aún no llegaba el agua potable o entubada, las mujeres generalmente se iban al Río Alambi a lavar sus ropas a media hora de camino, pues en la quebrada se encontraba escondido un oso, que en el ojo de la mujer aparecía ser un hombre, el los inquietaba a todas las mujeres que iban a lavar, luego de un tiempo una mujer apareció embarazada del oso, pasado el tiempo de gestación nació el niño sumamente lleno de vello en todo su cuerpo y su madre lo puso Juan como su nombre, el niño creció hasta que tuvo que ir a la escuela en aquel lugar todos los compañeros de la escuela le molestaba por su cuerpo cubierto de vello Juanito se cansó de las burlas de sus compañeros y nada más con toparlos con su dedo a los niños, les hacía daño.

## 2) Calendario de fiestas y ritos del año

**Cuadro N° 17.** Calendario de fiestas y ritos del año

<b>Día</b>	<b>Mes</b>	<b>Días de celebración</b>	<b>Fiesta</b>
1	Enero	1 día	Año viejo y Nuevo
5	Enero	1 día	Corpus cristi
3 al 6	Febrero	4 días	Carnaval
16	Marzo	1 día	Semana Santa
21- 30	Junio	10 días	Inti Raymi
1 y 2	Noviembre	2 día	Difuntos
15	Diciembre	8 días	Parroquialización
25	Diciembre	1 día	Navidad
31	Diciembre	1 día	Año viejo

### a) Formas de celebración

## **i. Enero**

### **- Corpus Cristi**

Dentro de esta fiesta en la comunidad de El Morlán se suele realizar ramas de gallos, una rama consiste en suspender por las patas a doce gallos vivos, a una tira de madera, que es llevada en los hombros por indígenas. El castillo es una estructura tejida de carrizo de un metro cuadro sobre la cual caen botellas de vino, de licor, vajillas y frutas. El castillo es cargado por el mismo donante en la espalda. Le acompaña su mujer que lleva un gallo adornado con cintas y dos monedas de plata como zarcillos. El que lleva el castillo va precedido de los que llevan la rama.

Los que llevan la rama concurren con parientes y amigos. También los músicos entran danzando sanjuanitos. Terminada esta danza se acerca el donante donde alguna persona elegida para entregar toda la rama de gallos.

## **ii. Febrero**

### **- Carnaval**

Las festividades de carnaval en las comunidades de la parroquia, son de carácter alegre y con mucho espíritu de confraternidad. Para esta fecha la comunidad suele organizar campeonatos de fútbol y ecuaboley en las cuales las finales se festejan con mucho entusiasmo.

### **- Domingo de Ramos, Semana Santa y Pascuas**

En la actualidad la Semana Santa es una época coincidente con el equinoccio de marzo. Para el mundo kichwa es una época fértil, tiempo de las primeras semillas y florecimiento de las plantas. Es el momento del paso ritual de la feminidad, la transformación de las niñas en adolescentes fértiles, que se expresa y simboliza durante la procesión del jueves y Viernes Santo, cuando ellas portan los guiones o estandartes.

En esta celebración se escuchan tonos funerarios religiosos, ejecutados por flauteros indígenas que convergen en Imantag desde distintas comunidades, generalmente en grupos de dos o más instrumentistas. También son importantes los cantos religiosos, interpretados por rezadores y cantoras. Se cree son de origen prehispánico y que la iglesia católica adaptó a ellos sus textos cristianos. (Haro: 2002)

Son festividades de carácter religioso católico, que tienen la finalidad de recordar el sacrificio de Jesús por los hombres; es una época de convivencia familiar.

Es característico en domingo de ramos adquirir palmas en diferentes diseños a tempranas horas del día para posteriormente en la misa proceder a recibir la bendición del párroco. Las palmas benditas se las lleva a los hogares y chacras para tener la bendición de Dios con la persona.

Durante la Semana Santa los católicos se privan de comer carnes rojas, es una época de arrepentimiento y que cuenta con celebraciones eucarísticas diarias. Se realizan procesiones durante la semana con las imágenes de la iglesia.

Se Organiza procesiones y celebraciones espirituales relacionadas con la cultura del maíz, coincidente con el florecimiento de los granos tiernos y con el equinoccio de marzo.

La alimentación típica del viernes santo es la Fanesca y el pescado. Las pascuas son fiestas familiares y de arrepentimiento en las cuales se asiste a la misa como creyentes de la religión católica.

### **iii. Junio 21 – 01 Julio**

#### **- Inti Raymi**

Para los incas el Inti Raymi era una antigua ceremonia religiosa andina en honor al Inti, el Dios sol, en cada solsticio de verano había bailes y sacrificios. Pero con la llegada de los españoles, fue suprimida.

El 24 de junio, solsticio de verano, el Sol se halla en su punto más distante de la Tierra. Durante la época incaica, ese hecho revestía fundamental importancia, pues era el punto de partida del nuevo año, que se asociaba con los orígenes de la propia etnia inca.

En Inti Raymi al celebrarse plácidamente por los actores, en su interior de fiesta, conlleva un escape de emociones reprimidas, la necesidad de actuar se descarga en el símbolo eficaz de identidad; ante todo, la principal preocupación del hombre es mantenerse vivo, a pesar de las dificultades sociales.

En la provincia de Imbabura, y el resto de las comunidades kichwas y de manera particular en Imantag, con la denominación de "las fiestas de San Juan y San Pedro", se celebra desde el 20 de junio hasta el 01 de julio de cada año. Es la manifestación del Runa- Hombre en acción de gracias al Dios sol por su bondad con la naturaleza. Su relación es matemática con el solsticio de verano, gracias al manejo exacto de los astros y su influencia sobre la agricultura, denota la convergencia del tiempo y el espacio cíclico del hombre andino.

Las comunidades se organizan desde mediados de Mayo con el denominado Inciana (ensayo) desde esa fecha hasta que llegue la fiesta los fines de semana suelen bailar de casa en casa, con el fin de ensayar la música para cada lugar que se encuentre.

Para esto el representante de la comunidad buscará a los capitanes para que durante la fiesta lleve hacia adelante al grupo de danzantes, el deberá velar por el bienestar del grupo. Para ser denominado capitán, la persona debe ser capaz de liderar al grupo y ser persona de respeto para que así el resto lo respete.

#### - **Vísperas**

A media noche de víspera de día 21 suelen realizarse baños rituales mediante la ayuda de un Yachak en una vertiente de Catzo Pampa con el fin de ser privilegiados en la adquisición de nuevas energías y encontrar armonía con la naturaleza, quienes a cambio de una ofrenda consistente en bebida y comida y a través del lenguaje del silencio y la meditación absorben la

magia y la energía poderosa de las fuerzas telúricas que la Pacha mama las transmite acompañados de caracoles (churos), la armonía de las flautas, rondines y la exquisita voz de las guitarras .

La víspera de solsticio (21 de junio), fenómeno astral que hace del sol de mediodía no producir sombra alguna como en ningún lugar del planeta.

A las nueve de la mañana del día 21 - 25 los capitanes recogerán de casa en casa a los danzantes hasta hacerse un buen número de bailarines, se encontraran todos en un lugar, para eso de la una de la tarde bajen a la cabecera parroquial de Imantag para ganar la plaza mayor.

El 25 de junio es un día exclusivo para que los hombres se disfracen de mujer, por lo tanto este día sales solamente los disfrazados (anakuy puncha).

#### - **Jatun punlla**

Del 29 de Junio al 01 de Julio es denominado Jatun Puncha. Al mediodía del 29 todas las comunidades de la parroquia de Imantag realizan la toma de la plaza mayor, en forma de hileras e ingresan la "toma del parque"; en cada esquina bailan circularmente al entono de los flauteros y rondinistas, de esta manera tomando ritmo de zapateo y formando una máquina humana que permiten moverse sincronizadamente, durante 10 a 15 minutos, tiempo suficiente para tomar nuevas energías que son propias para dar inicio al recorrido para la siguiente esquina y así bailan hasta girar tres o cuatro veces en el parque central de Imantag.

Cumplida esta "tarea" como ellos lo consideran, tan agotados como están, se trasladan a su guarniciónlosde la comunidad de El Morlán en el bar Doña Concha y el resto de comunidades en su respectivo lugar para alimentarse y beber mucha chicha de jora y licor.

En el ritual cobijado por un maestro de ceremonias, se comparte comida preparada y son las esposas y madres de los danzantes que como agradecimiento a la Madre Tierra y al Padre Sol, improvisansus prendas hasta lograr configurar una cruz sobre la cual se coloca comida y bebida.

Transcurrido un tiempo prudente, se procede a realizar una "segunda tarea" que consiste en una nueva toma del parque.

El primero de julio es el día apropiado para las mujeres, en este día solo ellas y los hombres disfrazados de mujeres pueden bailar y tomar la plaza.

#### **iv. Noviembre**

##### **- Finados**

Es una celebración en la que la gente recuerda a sus familiares difuntos, suele oficiarse misas para recordarlos y levantarles una oración. En esta época se prepara la colada morada, pan, tortillas de harina de trigo y wawas de pan. Se suele visitar el cementerio para realizar el WacchaKarayes decir intercambio de comida entre las personas que se encuentran en ese lugar.

#### **v. Diciembre**

##### **- Navidad**

Es un acto religioso, en la que los habitantes de las comunidades de Imantag tanto católicos como evangélicos recuerdan el nacimiento de Jesús, especialmente el día 25 de diciembre.

Las actividades que se realizan durante esta época son las siguientes: Armar el nacimiento del niño en cada uno de los hogares, encontrarse en convivencia familiar donde se comparten las comidas típicas, celebración de la misa y del pase del niño.

En cada comunidad se reúnen en la noche, en diferentes sectores de la comunidad. La fiesta se realiza en base a un programa elaborado por los sectores organizados; las actividades sobresalientes son las siguientes:

##### **- La loca viuda y payasos**

Se disfraza a miembros de la comunidad, en su mayoría hombres, los cuales con un relato y actuación animan a la gente y obtienen fondos para la preparación de alimentos y bebidas para los asistentes.

- **Elaboración del testamento del viejo**

Con varios días de anticipación los sectores que organizan el festejo, primeramente elaboran un testamento en el cual se menciona el nombre de cada comunero con su respectiva herencia y consejos de cambio, para ser leído el día 31 de diciembre antes de quemar el año viejo.

- **Construcción del muñeco del año viejo**

El día 31 de diciembre por la mañana una comisión designada por la directiva de la comunidad construye un muñeco que representa al presidente de la comunidad y en algunos casos personajes importantes. Los monigotes son para quemarlos a las 00:00 para despedir el año viejo.

#### **D. IMAGEN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA DE IMANTAG**

Al realizar el inventario, la valoración y la jerarquización de los recursos turísticos naturales y culturales de la parroquia de Imantag se obtuvieron resultados los siguientes:

Se han identificado siete atractivos turísticos de los cuales, uno es de carácter cultural que representa el 14,28% del total de atractivos culturales, siendo sus componentes más sobresalientes las cosas de respeto, el calendario de fiestas anuales y su forma de vida actual; estos elementos son la riqueza propia del pueblo, la misma que se ve reflejada en su diario vivir y seis son de carácter natural que representan un 50% del total de atractivos turísticos de la parroquia de Imantag.

De los recursos turísticos identificados en la parroquia de Imantag, el 85% pertenecen a la categoría sitios naturales y el 15% son las manifestaciones culturales. Así mismo el 28% de los atractivos pertenecen al tipo montaña, el 14% es de tipo vertiente, 14% es de tipo Ríos, el 14% es de tipo Sistema de áreas protegidas, el 14% es de tipo ambiente lacustre y el 14% es de tipo histórico.

Los atractivos: Mirador Muyu Urcu, Hierba Buena Pugio, Volcán Cotacachi, bosque protector Peribuela, Laguna de Piñán e Iglesia Imantag, se ubican dentro de la jerarquía II, lo que corresponde al 85%, los cuales indican que son atractivos que llaman la atención de los visitantes sean nacionales o extranjeros y mientras que la cascada Caballito se ubica dentro de la jerarquía I, el cual este atractivo, servirá de complemento para el resto de recursos turísticos identificados.

El 42% de los atractivos turísticos de la parroquia de Imantag se encuentran conservados su entorno, el 58% total de los atractivos están en proceso de deterioro, el estado de conservación, no alterado corresponde al 85% y el 15% es alterado es decir un solo atractivo.

En los atractivos se pueden realizar diversas actividades turísticas, Mirador Muyu Urcu senderismo, caminatas, observación de flora y fauna, convivencia con la población local, camping y fotografía, en la Vertiente Hierba Buena, shamanismo, observación de flora y fauna, fotografía, camping y senderismo; en la cascada Caballito, senderismo, convivencia con la población, observación de aves y fotografía; en el bosque protector Peribuela, senderismo, cabalgata, observación de aves y flora; en el volcán Cotacachi caminatas, camping y observación de aves; en las lagunas de Piñán, senderismo, cabalgata, pesca deportiva, fotografía, convivencia con la población y camping; en la iglesia de Imantag, interpretación de la arquitectura religiosa.

Tomando en cuenta las particularidades descritas anteriormente la imagen turística de la parroquia de Imantag está dada por:

***“Imantag, un fascinante encuentro con la naturaleza y la cultura ancestral de un pueblo amable y generoso”***

La imagen turística puede ser aprovechada mediante el desarrollo del turismo comunitario para que de esta manera se generen nuevas alternativas de vida para las comunidades locales, se diversifique la economía familiar y se satisfagan las necesidades básicas de la población.

## E. ANÁLISIS Y PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS.

### 1. Análisis de problemas y soluciones

**Cuadro N° 18:** Análisis de problemas y soluciones

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Por la escasa comunicación de los padres hacia los hijos sobre la importancia de la identidad cultural de la comunidad. La migración hace que conozcan nuevas formas de vida ajena al del pueblo Imantag.	Pérdida paulatina de costumbres y tradiciones de todos los comuneros.	Pérdida de la identidad cultural.	Fortalecimiento de la identidad cultural mediante festivales de música y danza autóctona. Elaboración de un plan de revitalización cultural.
Desinterés de aprendizaje. Sustitución de la ropa y música tradicional.	Pérdida paulatina de la identidad de la fiesta del sol (Inti Raymi)	Pérdida de la sabiduría ancestral	Desarrollo de talleres con los niños y jóvenes para dar a conocer la importancia de la fiesta del sol y todo el entorno.
Falta de conocimiento en el manejo de desechos.	Quema y arrojado de basura inorgánica en los terrenos.	Provoca mala imagen a los visitantes y enfermedades a la población local.	Elaborar proyectos de manejo de desechos sólidos a nivel comunitario.

Poca iniciativa de las autoridades locales en la elaboración de proyectos turísticos. Falta de conocimientos en el aprovechamiento turístico de los atractivos existentes en las comunidades.	Escaso desarrollo turístico en la parroquia.	Deficiente ingreso económico hacia las comunidades que desarrollan la actividad turística.	Elaborar proyectos de desarrollo turístico parroquial. Buscar entidades de apoyo para financiamiento y ejecución de proyectos turísticos.
Deficientes servicios básicos en forma deficientes en las comunidades de Imantag. Inexistencia de proyectos turísticos en la parroquia de Imantag.	Deficiencia en infraestructura básica.	Deficiente calidad de vida de los habitantes en Imantag.	Implementación de infraestructura de servicios básicos, mediante el apoyo de instituciones públicas de la provincia de Imbabura.
Limitada generación de ingreso económico.	Escasas fuentes de trabajo en la parroquia.	Migración a las grandes ciudades del país.	Generación de proyectos productivos.

## 2. Análisis FODA

Se realizó el análisis FODA con el fin de determinar las ventajas y desventajas acerca del desarrollo turístico en la parroquia, para de esta manera identificar oportunidades que se podrían aprovechar.

**Cuadro N° 19:** Análisis Interno y Externo

<b>Ámbito socio-económico y cultural</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación comunitaria en el desarrollo de la comunidad mediante mingas.</li> <li>- Presencia de líderes.</li> <li>- Presencia de organizaciones sociales (asociaciones de bordados de camisas, elaboración de sombreros, apicultores y producción de tomates de árbol).</li> <li>- Presencia de instituciones educativas (colegio y escuela).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasa asesoría técnica en la agricultura y ganadería.</li> <li>- Deficientes recursos económicos para las gestiones.</li> <li>- Poco valor para mantener la identidad cultural en los jóvenes.</li> <li>- Presencia de grupos violentos (pandillas).</li> <li>- Escaso conocimiento del patrimonio cultural de la comunidad.</li> </ul>

	- Ausencia de seguimiento en los proyectos por parte de los ejecutores.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo de las ONG's internacionales (Caritas de Austria y The Kkelogs de EE. UU.)</li> <li>- Apoyo de ONG nacional (Maqui Mañachi).</li> <li>- Presupuesto participativo anual del municipio.</li> <li>- Proyectos productivos en ejecución.</li> <li>- Existencia de instituciones públicas como: MITUR (Plandetur 2020) y Ministerio de Cultura que apoyan en el revalorizamiento de la cultura para el desarrollo sostenible de comunidades de Imantag.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inseguridad por la presencia de pandillas en las comunidades de la parroquia.</li> <li>- Inestabilidad económica y política local.</li> <li>- Presencia de deslaves en el sector de Conejo Pampa en invierno de la comunidad de El Morlán.</li> </ul>
<b>Ámbito turístico-ambiental</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia de recursos turísticos naturales y culturales con potencial turístico.</li> <li>- Ubicación geográfica cercana a las ciudades de Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Atuntaqui y Quito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco conocimiento sobre la importancia de los recursos turísticos.</li> <li>- Deficiencia en infraestructura básica para el servicio turístico y la población local.</li> <li>- Escasa aplicación de políticas ambientales (uso del suelo, manejos de desechos sólidos y líquidos y manejos de bosques y páramos).</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las ONGs tienen la capacidad económica y técnica para apoyar el desarrollo de turismo con un perfil de liderazgo y participación comunitario.</li> <li>- Los gobiernos locales comprometidos y más consientes en la necesidad de sostenibilidad de turismo en la parroquia.</li> <li>- Tendencia del mercado al turismo de aventura, rural, de salud, naturaleza y gastronómica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contaminación por los desechos sólidos y líquidos (fungicida, plaguicida e insecticidas.)</li> <li>- Dependencia económica y técnica de donantes externos ONG`s.</li> <li>- Crisis económica internacional.</li> </ul>

## **B. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1. Análisis de la demanda**

#### **a. Segmentación del mercado**

Para el análisis de la demanda de la parroquia de Imantag se identificaron dos segmentos de mercado de turistas, a los que las comunidades de la parroquia dirigirán su oferta turística como son:

##### **1) Mercado Nacional**

El segmento de mercado nacional está constituido por los visitantes regionales o locales, que llegan al cantón Cotacachi, sean hombres o mujeres de todas las edades, en grupos organizados o en familia, para visitar la Laguna de Cuicocha (Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas) y adquirir artesanías de cuero en la ciudad de Cotacachi.

##### **2) Mercado Internacional**

El segmento del mercado internacional está constituido por los visitantes extranjeros provenientes de América del Norte y Europa en forma especial, sean hombres y mujeres de diferentes edades, acompañados por algún familiar o amigo, que tiene como destino diferentes

lugares del Ecuador, en forma particular Cotacachi, la Reserva Cotacachi Cayapas y con la finalidad de realizar diferentes actividades turísticas.

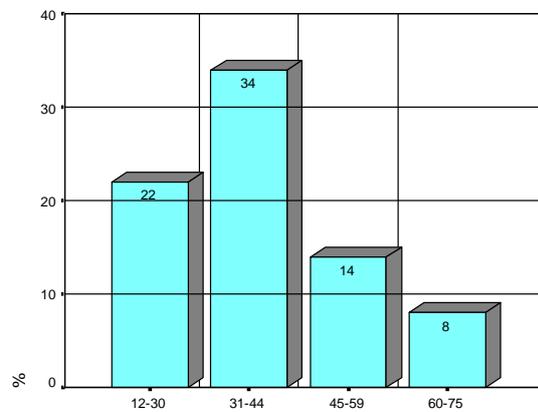
## b. Resultado del estudio de mercado

### 1) Demanda Nacional

#### a) Edad de turistas nacionales.

**Cuadro N° 20:** Edad de turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
12-30	34	28,2
31-44	52	43,6
45-59	21	17,9
60-75	12	10,3
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 03:** Edad de turistas nacionales.

El rango de edad de los turistas nacionales varía de 12 hasta los 75 años; de los cuales el 43,6% de visitantes tiene de 31 a 44 años; el 22% posee un rango de edad de 12 a 30 años, seguido está el grupo de 60 a 75 años con un porcentaje del 8% y el 14% tiene de 45 a 59 años. Este resultado ayudará para tomar en cuenta que actividades que pueden desarrollar los turistas.

### 1) Media aritmética de la Edad

**Cuadro N° 21.** Media aritmética de la edad del turista nacional

Rango de edad	Frecuencia (F)	Media (X)	F*X
13-30	34	21	462
31-44	52	37,5	1275
45-59	21	52	728
60-75	12	67,5	540
Total	119		3005

$$\bar{X} = \frac{\sum FX}{\sum F}$$

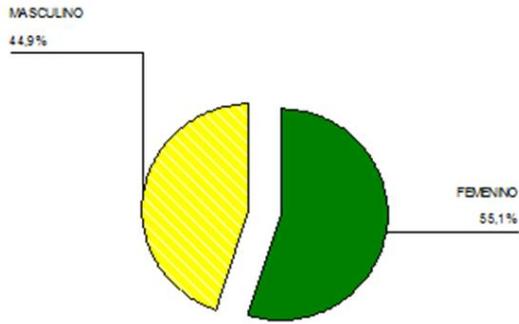
$$\bar{X} = \frac{3005}{78} = 38$$

La edad promedio de los turistas nacionales que visitarán a las comunidades de la parroquia Imantag es de 38 años sean estos hombres o mujeres.

### b) Género de los turistas nacionales.

**Cuadro N° 22:** Género de los turistas nacionales.

	Frecuencia	%
FEMENINO	66	55,1
MASCULINO	53	44,9
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 04:** Género de los turistas nacionales.

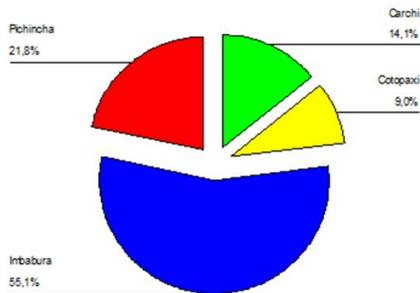
El 57% de los visitantes nacionales que llegan al cantón Cotacachi son mujeres, mientras que el 43% son hombres.

Este resultado obtenido ayudará a determinar actividades propias por cada género en la elaboración de los paquetes turísticos.

**c) Procedencia de turistas nacionales.**

**Cuadro N° 23:** Procedencia de turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Carchi	17	14,1
Cotopaxi	11	9,0
Imbabura	65	55,1
Pichincha	26	21,8
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 05:** Procedencia de turistas nacionales.

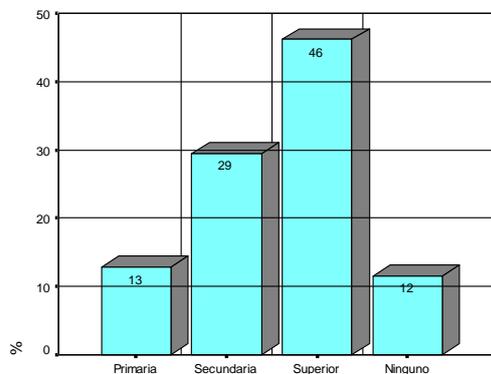
De acuerdo al resultado obtenido el 57% son visitantes que provienen de la misma (Imbabura), el 21% corresponden a los turistas que llegan de la provincia de Pichincha, el 13% de la provincia de Carchi y el 8% son turistas que provienen de la provincia de Cotopaxi.

Este resultado ayudará a determinar los lugares potenciales para poder difundir el producto.

#### d) Nivel de educación de los turistas nacionales.

**Cuadro N° 24:** Nivel de educación de los turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Primaria	15	12,8
Secundaria	35	29,5
Superior	55	46,2
Ninguno	14	11,5
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 06:** Nivel de educación de los turistas nacionales.

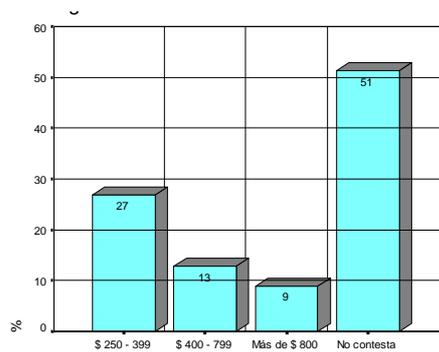
El 46% tienen un nivel de educación superior, el 29% tienen una instrucción secundaria, el 13% con instrucción primaria y el 12% no poseen ningún nivel de instrucción, un 11,5% no contestan.

Este resultado ayuda a visibilizar el nivel académico de los visitantes y/o turistas que podrían consumir el producto.

#### e) Ingreso mensual promedio de los turistas nacionales

**Cuadro N° 25:** Ingreso promedio mensual de los turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
\$ 250 - 399	32	26,9
\$ 400 - 799	15	12,8
Más de \$ 800	11	9,0
No contesta	61	51,3
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>

**Gráfico N° 07:** Ingreso promedio mensual de los turistas nacionales.

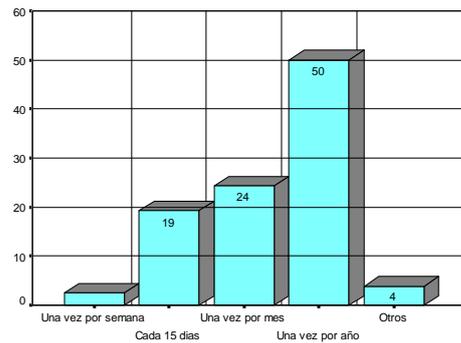
El 51% de los visitantes no responden en cuanto a la pregunta de ingreso promedio mensual, el 27% de los visitantes nacionales poseen un ingreso mensual de \$ 250 a 399 dólares, el 13% poseen un ingreso de \$ 400 a 799 dólares y el 9% tiene un ingreso mensual de más de 800 dólares.

Este resultado muestra el nivel económico del turista.

#### f) Frecuencia de actividades turísticas de los turistas nacionales

**Cuadro N° 26:** Frecuencias de realizar las actividades turísticas.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Una vez por semana	3	2,6
Cada 15 días	23	19,2
Una vez por mes	29	24,4
Una vez por año	59	50,0
Otros	5	3,8
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 08:** Frecuencias de realizar las actividades turísticas.

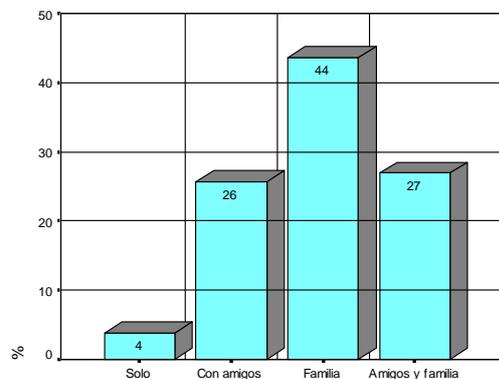
El 50% realizan las actividades turísticas una vez por año, el 24% hacen turismo una vez por cada mes, el 19% viajan por hacer turismo cada 15 días, el 2% realizan la actividad turística cada semana y el 4% de visitantes mencionan que no tienen un tiempo específico para viajar por turismo.

El presente resultado determina el gusto en tiempo por realizar actividades turísticas por parte del encuestado.

#### g) Acompañamiento de viaje de los turistas nacionales

**Cuadro N° 27:** Acompañamiento de viaje de los turistas nacionales.

	Frecuencia	%
Solo	5	3,8
Con amigos	31	25,6
Familia	52	43,6
Amigos y familia	32	26,9
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 09:** Acompañamiento de viaje de los turistas nacionales.

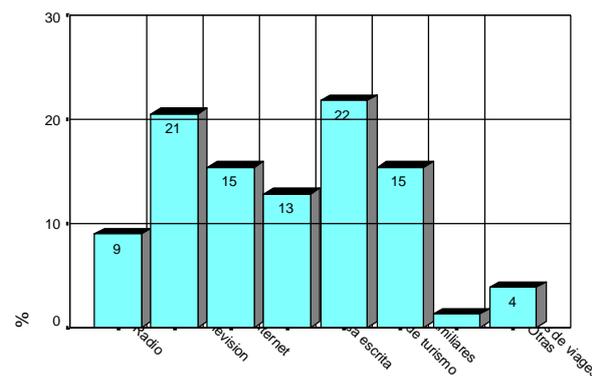
El 44% de turistas que llegan al cantón Cotacachi viajan en familia, el 27% realizan la actividad turística con amigos y familia, el 26% viajan con amigos y el 4% de visitantes viajan solos.

Este dato determina el número de visitantes aproximado por grupos que visitara la localidad.

#### h) Medio de comunicación que se informan los turistas nacionales.

**Cuadro N° 28:** Medio de comunicación por el cual se informan los turistas nacionales.

	Frecuencias	%
Radio	11	9,0
Televisión	24	20,5
Internet	18	15,4
Prensa escrita	15	12,8
Guía de turismo	26	21,8
Familiares	18	15,4
Agencias de viajes	2	1,3
Otras	5	3,8
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 10:** Medio de comunicación por el cual se informan los turistas nacionales.

El 22% de turistas y visitantes se informa acerca de las actividades turísticas a través de guía de turismo, el 21% se informan por medio televisivo, el 15% adquieren información por

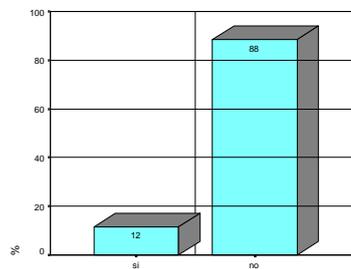
internet y familia, el 13% se informan acerca de los lugares turísticos por prensa escrita, el 9% a través de la radio y el 4% se informan a través de otros medios.

Este resultado permitirá determinar los medios de comunicación más idóneos para difundir el producto de la parroquia.

**i) Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag.**

**Cuadro N° 29:** Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	14	11,5
No	105	88,5
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 11:** Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag.

El 88% de visitantes nacionales mencionan no conocer la parroquia de Imantag y el 12% indican que si conocen la parroquia.

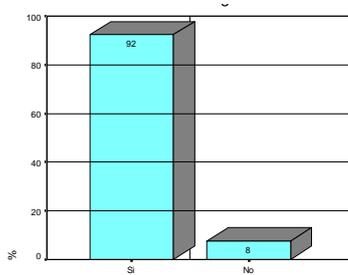
Este resultado ayudará a poner en énfasis el mercado que desconoce del lugar.

**j) Nivel de aceptación de la visita de los turistas nacionales.**

**Cuadro N° 30:** Nivel de aceptación de visita de los turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
--	-------------------	----------

Si	110	92,3
No	9	7,7
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 12:** Nivel de aceptación de visita de los turistas nacionales.

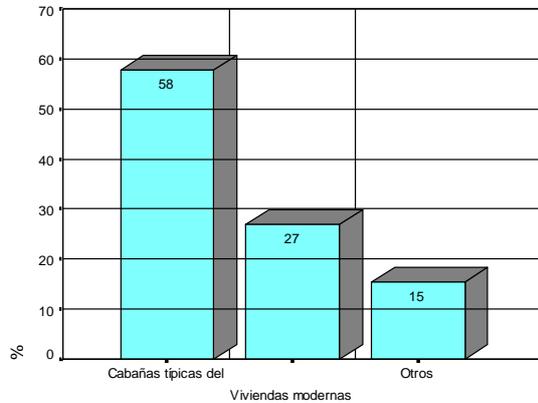
El 92% de visitantes nacionales que llegan al cantón Cotacachi mencionan que si les gustaría conocer Imantag y el 8% no visitarían este lugar.

Este resultado indica la aceptación por conocer la parroquia de Imantag.

**k) Nivel de interés sobre servicios turísticos.**

**Cuadro N° 31:** Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento de turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Cabañas típicas del Lugar	69	57,7
Viviendas modernas	32	26,9
Otros	18	15,4
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 13:** Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento.

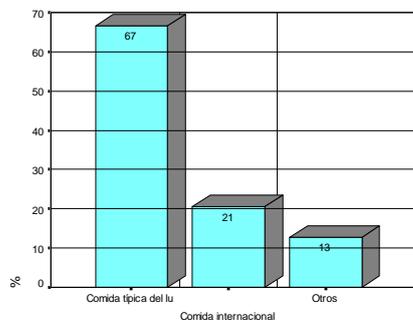
El 58% de los visitantes que llegan al Antón Cotacachi les gustaría hospedarse en cabañas típicas del lugar, el 27% gustaría alojarse en viviendas modernas, el 15% prefieren en cabañas mixtas.

Por lo que se debe implementar cabañas construidas con materiales propios de la zona combinando con las viviendas modernas.

### l) Nivel de interés sobre el tipo de alimentación de turistas nacionales.

**Cuadro N° 32:** Nivel de interés sobre el tipo de alimentación de turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Comida típica del lugar	79	66,7
Comida internacional	25	20,5
Otros	15	12,8
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráficos N° 14:** Nivel de interés sobre el tipo de alimentación.

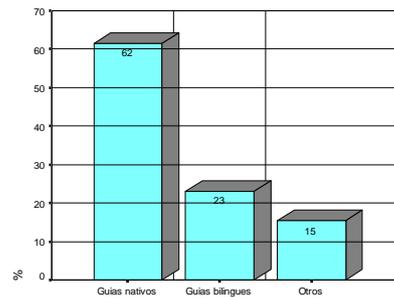
El 67% de los visitantes prefieren que se oferte la comida típica del lugar, el 21% prefieren comida internacional y el 13% desean una variedad de menú.

Por lo que se debe ofrecer servicio de comida típica del lugar y una variedad de comida.

#### i. Nivel de interés sobre el tipo de Guianza.

**Cuadro N° 33:** Gustaría que se oferte guías.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Guías nativos	73	61,5
Guías bilingües	27	23,1
Otros	18	15,4
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>

**Gráfico N° 15:** Nivel de interés sobre el tipo de guianza

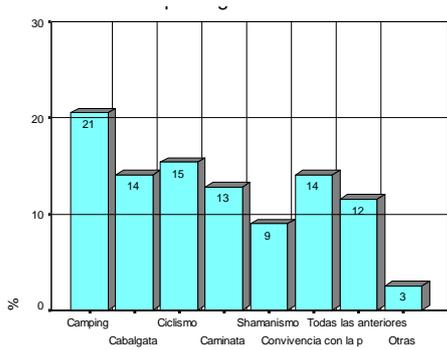
De acuerdo a los resultados obtenidos, el 62% prefieren realizar recorridos en compañía de Guías nativos, el 23% prefieren realizar visitas con guías bilingües, el 15% prefieren recorrer solos.

Este resultado permitirá involucrar a la población local en las actividades comunitarias.

## II) Actividades que les gustaría realizar en la parroquia de Imantag.

**Cuadro N° 34:** Actividades que les gustaría realizar en Imantag.

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Camping	24	20,5
Cabalgata	17	14,1
Ciclismo	18	15,4
Caminata	15	12,8
Shamanismo	11	9,0
Convivencia con la población	17	14,1
Todas las anteriores	14	11,5
Otras	3	2,6
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 16:** Actividades que les gustaría realizar en Imantag.

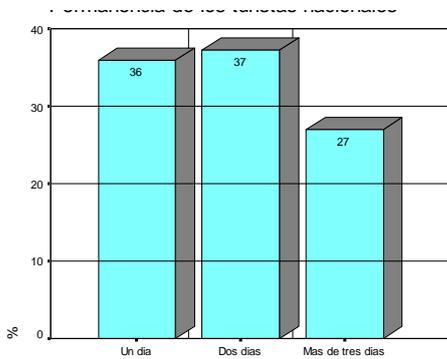
El 21% de los visitantes y/o los turistas prefieren realizar Camping, el 15% desean ciclismo, el 14% eligen lo que es cabalgata y convivencia con la población local, el 13% requieren caminata, el 9% prefieren Shamanismo y con un porcentaje de 12% desean realizar todas las actividades anteriores.

Este resultado permite integrar actividades en el momento de diseñar paquetes turísticos.

**m) Cuantos días permanecería en la parroquia de Imantag**

**Cuadro N° 35:** Tiempo de permanencia de los turistas nacionales.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Un día	43	35,9
Dos días	44	37,2
Más de tres días	32	26,9
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 17:** Tiempo de permanencia de los turistas nacionales.

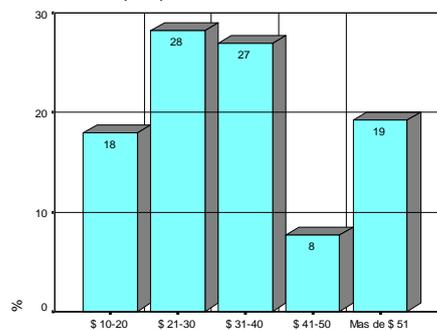
A 37% de los visitantes les gustaría permanecer 2 días en Imantag, el 36% prefieren un solo día y el 27% les gustaría quedarse por más de 3 días.

Este resultado ayuda a diseñar paquetes enfocando a los días que les gustaría permanecer en el lugar.

#### n) Capacidad de gasto del turista nacional en turismo

**Cuadro N° 36:** Gasto de turista nacional por día.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
\$ 10-20	21	17,9
\$ 21-30	34	28,2
\$ 31-40	32	26,9
\$ 41-50	9	7,7
Más de \$ 51	23	19,2
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 18:** Gasto de turista nacional por día

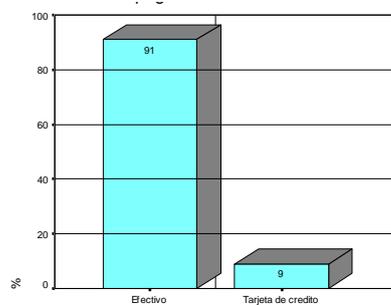
El 28% de los turistas gastan de 21 a 30 dólares por persona, el 27% pagan por actividades turísticas de 31 a 40 dólares, el 19% invierten más de 51 dólares, el 18% de los visitantes gastan de 10 a 20 dólares por persona y el 8% pagan por hacer turismo de 41 a 50 dólares al día.

Los resultados obtenidos en esta pregunta ayudarán a tener una relación de capacidades de gasto de los visitantes.

### ñ) Forma de pago

**Cuadro N° 37:** Forma de pago por turismo.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Efectivo	108	91,0
Tarjeta de crédito	11	9,0
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 19:** Forma de pago por turismo.

El 91% de los visitantes pagarían en efectivo por realizar las actividades turísticas y el 9% con tarjeta de crédito.

Por lo tanto este resultado proporcionará a diseñar las formas de cobros en efectivo y sin dejar el cobro con tarjeta de crédito.

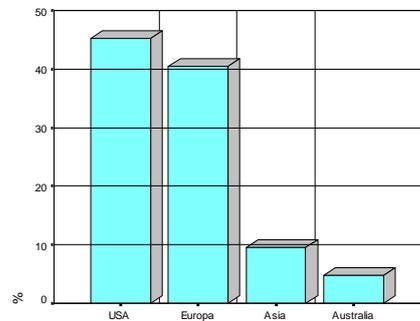
## 2) Demanda Extranjera

### a) Procedencia

**Cuadro N° 38:** Procedencia de turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
USA	19	45,2
Europa	17	40,5
Asia	4	9,5
Australia	2	4,8

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 20:** Procedencia de turistas extranjeros.

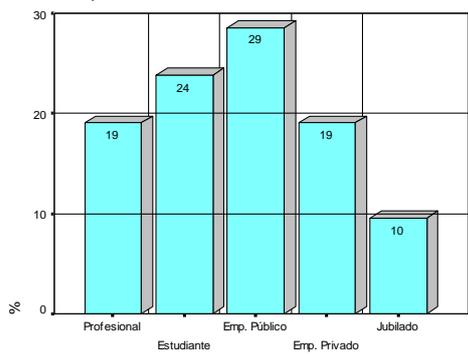
Al cantón Cotacachi llegan turistas de diferentes lugares del mundo con 45,2% de Estados Unidos Y Canadá, el 40,5% del continente Europeo, principalmente de Alemania, España, Francia e Inglaterra, el 9,5% provienen del continente Asiático principalmente de Japón y el 4,8% de Australia.

Este resultado nos indica que nuestros potenciales consumidores son provenientes de norte América y Europa por lo tanto para poder difundir el producto en estas regiones.

#### b) Ocupación de los turistas extranjeros

**Cuadro N° 39:** Ocupación de los encuestados.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Profesional	8	19,0
Estudiante	10	23,8
Empleado Público	12	28,6
Empleado Privado	8	19,0
Jubilado	4	9,5
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 21:** Ocupación de los turistas extranjeros

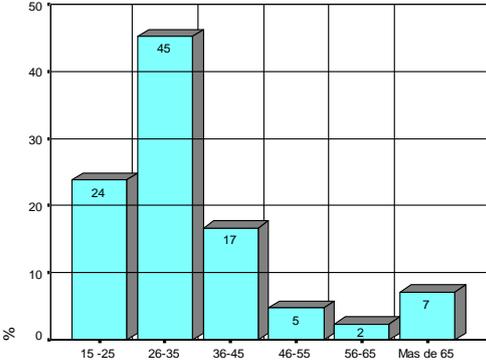
El 28,6% de turistas extranjeros son empleados públicos, el 23,8% son Estudiantes, el 19% son profesionales siendo a mayoría médicos e ingenieros en diferentes áreas, el 19% son empleados privados y el 9.5% de turistas internacionales son personas jubiladas que no trabajan.

Esta información ayuda a identificar las actividades a las que se dedican los futuros clientes.

**c) Edad de los turistas extranjeros.**

**Cuadro N° 40:** Edad de los turistas extranjeros.

	Frecuencia	%
15 -25	10	23,8
26-35	19	45,2
36-45	7	16,7
46-55	2	4,8
56-65	1	2,4
Más de 65	3	7,1
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 22:** Edad de los turistas extranjeros.

El rango de edad de los turistas extranjeros que visitan al cantón Cotacachi es de 15 hasta los 70 años de edad, en las que el 45,2% son de 26 a 35 años, el 24% son de 15 hasta 25 años, el 17% de turistas internacionales son de 36 hasta 45 años, el 7% son de más de 65 años de edad, el 5% son de 46 a 55 años y el 2% de visitantes pertenece a las edades que van de 56 a 65 años de edad.

Este resultado ayudará a diseñar productos, enfocando a la mayoría de este grupo de edad.

#### d) Media aritmética de la Edad

**Cuadro N° 41.**Media aritmética de la edad del turista extranjero

<b>Rango de edad</b>	<b>Frecuencia (F)</b>	<b>Media (X)</b>	<b>F*X</b>
15-25	10	20	200
26-35	19	30,5	579,5
36-45	7	40,5	283,5
46-55	2	50,5	101
56-65	1	60,5	60,5
66-70	3	68	204
<b>Total</b>	<b>42</b>		<b>1428,5</b>

$$\bar{X} = \frac{\sum FX}{\sum F}$$

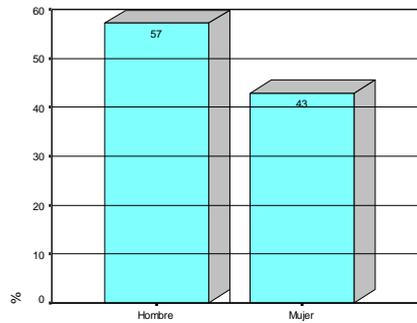
$$\bar{X} = \frac{1428,5}{42} = 34$$

La edad promedio de los turistas extranjeros que visitarán a las comunidades de la parroquia Imantag es de 34 años, sean estos hombres o mujeres de diferentes partes del mundo.

#### e) Género de los turistas extranjeros.

**Cuadro N° 42:** Género de los turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Hombre	68	57,1
Mujer	51	42,9
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 23:** Género de los turistas extranjeros.

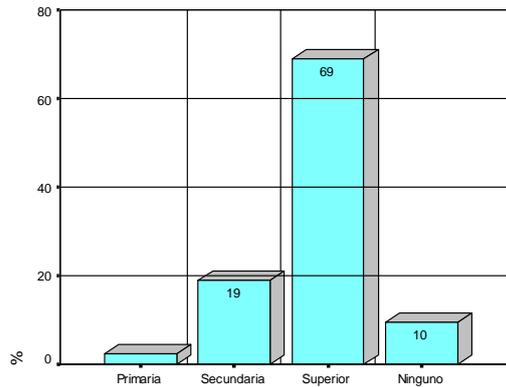
El 57.10% de turistas extranjeros que visitan al cantón Cotacachi son hombres y el 42.90% son mujeres.

Este resultado muestra que tanto hombre como mujeres realizan turismo en porcentajes equitativos.

**f) Nivel de Educación de los turistas extranjeros.**

**Cuadro N° 43:** Nivel de educación de los turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Primaria	3	2,4
Secundaria	23	19,0
Superior	82	69,0
Ninguno	11	9,5
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 24:** Nivel de educación de los turistas extranjeros.

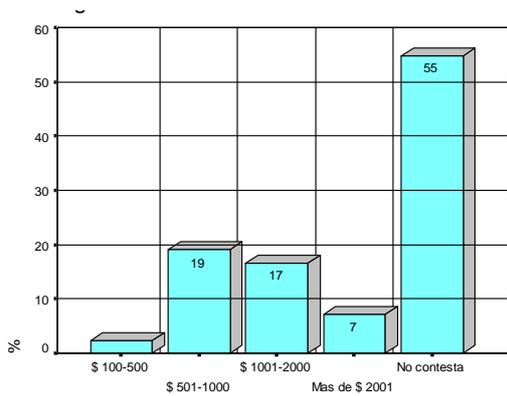
El 69% de turistas extranjeros poseen el nivel de educación superior, el 19% tienen el nivel de educación secundaria, el 2,4% poseen el nivel de instrucción primaria y el 9,5% de turistas no poseen ninguna educación o no contestan.

Este resultado ayuda a visibilizar el nivel académico de los visitantes y/o turistas que podrían consumir el producto.

#### g) Ingreso mensual promedio de los turistas extranjeros

**Cuadro N° 44:** Ingreso promedio mensual de los turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
\$ 100-500	3	2,4
\$ 501-1000	23	19,0
\$ 1001-2000	20	16,7
Más de \$ 2001	9	7,1
No contesta	65	54,8
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 25:** Ingreso promedio mensual de los turistas extranjeros.

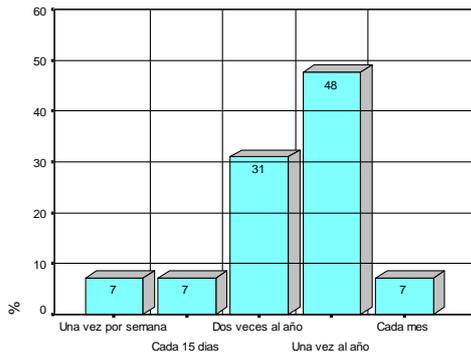
El 54,8% de los turistas extranjeros no responden a esta pregunta, el 19% de visitantes poseen un sueldo mensual de \$ 501 a \$ 1000, el 16,7% poseen ingresos de \$ 1001 a \$ 2000, el 7,1% poseen un sueldo de más de \$ 2000 y el 2,4% de visitantes responde tener un sueldo de \$ 100 a \$ 500.

Este resultado muestra el nivel económico del turista.

**h) Frecuencia de Actividades Turísticas de los turistas extranjeros.**

**Cuadro N° 45:** Frecuencias para realizar actividades turísticas.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Una vez por semana	9	7,1
Cada 15 días	9	7,1
Dos veces al año	36	31,0
Una vez al año	56	47,6
Cada mes	9	7,1
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 26:** Frecuencias para realizar actividades turísticas.

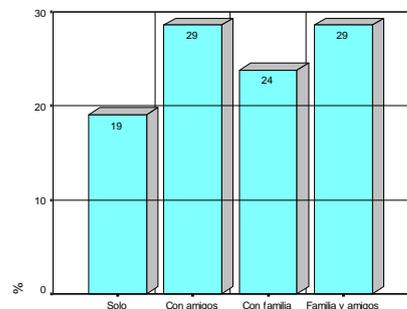
El 47,6% de turistas extranjeros realizan la actividad turística una vez cada año, el 31% viajan para realizar turismo dos veces por año y el 7,1% una vez cada mes, una vez por semana y cada 15 días.

Este resultado ayuda a conocer la disponibilidad de tiempo del turista para realizar turismo.

**i) Acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros con fines Turísticos**

**Cuadro N° 46:** Acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Solo	23	19,0
Con amigos	34	28,6
Con familia	28	23,8
Familia y amigos	34	28,6
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 27:** Acompañamiento de viaje de los turistas extranjeros.

El 28.6% de los turistas extranjeros viajan con amigos y familia y amigos para realizar la actividad turísticas, el 23% viajan en familia y el 19% viajan solos.

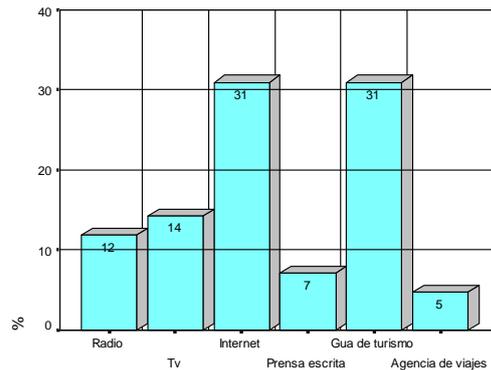
El resultado muestra que la mayoría de los turistas viajan acompañados por otras personas sea amigos o familia es decir en grupos que visitara la localidad.

**j) Medio de comunicación que se informa los turistas extranjeros.**

**Cuadro N° 47:** Medio de comunicación por el cual se informa.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
--	-------------------	----------

Radio	14	11,9
Tv	17	14,3
Internet	37	31,0
Prensa escrita	9	7,1
Gua de turismo	37	31,0
Agencia de viajes	6	4,8
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 28:** Medio de comunicación por el cual se informa.

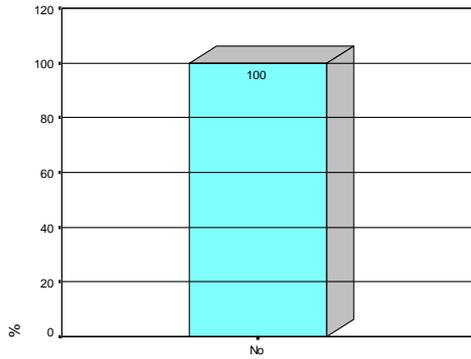
El medio de comunicación por el cual se informan los turistas extranjeros a cerca del turismo son guías de turismo e internet con el 31%, el 14,3% se informan a través de la TV, el 11,9% por la radio, el 7% mediante la prensa escrita y el 4,8% de turistas extranjeros lo hacen mediante agencias de viajes.

Es importante tomar en cuenta que la principal fuente de información de los turistas extranjeros en este resultado es el guía de turismo e internet, para lo cual se diseñara el medio de difusión con la que más se informan.

**k) Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag.**

**Cuadro N° 48:** Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
No	119	100,0
Si	0	0
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



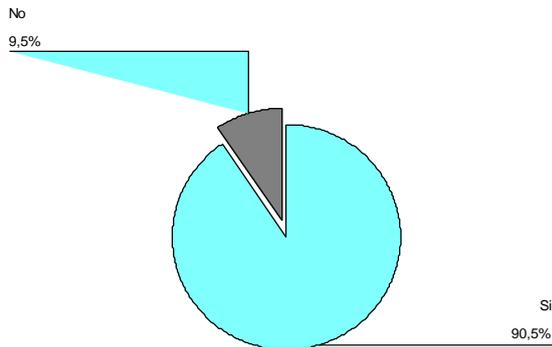
**Gráfico N° 29:** Nivel de conocimiento de la parroquia de Imantag.

El 100% de los turistas extranjeros que llegaron al cantón Cotacachi mencionan no conocer a la parroquia de Imantag, lo cual hace referencia a trabajar en cuanto a la difusión de los recursos que posee la parroquia a nivel local, nacional e internacional.

**l) Nivel de aceptación de la visita de los turistas extranjeros.**

**Cuadro N° 49:** Nivel de aceptación de la visita de los turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	108	90,5
No	11	9,5
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 30:** Nivel de aceptación de la visita

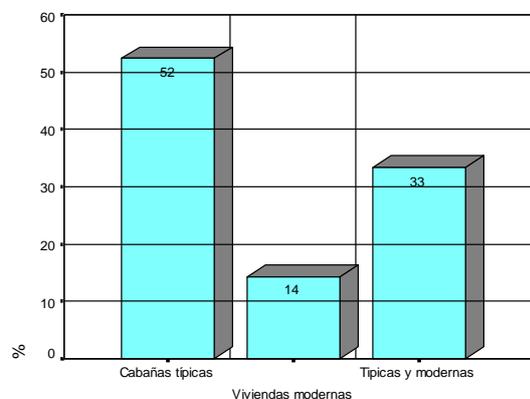
El 90,5% de turistas que llegaron al cantón Cotacachi mencionan que si les gustaría conocer los recursos turísticos que posee Imantag, por otro lado el 9,5% de visitantes no les gustaría visitar.

Los resultados nos manifiesta que la gran parte de los turistas tienen el interés para visitar a las comunidades de la parroquia de Imantag.

**m) Nivel de interés sobre servicios turísticos de turistas extranjeros.**

**Cuadro N° 50:** Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento de turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Cabañas típicas	62	52,4
Viviendas modernas	17	14,3
Típicas y modernas	40	33,3
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



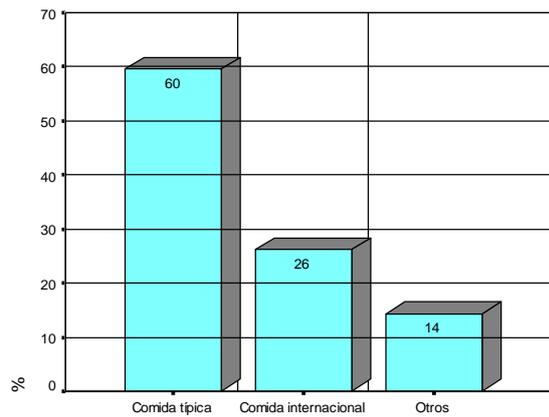
**Gráfico N° 31:** Nivel de interés sobre el tipo de alojamiento

El 52.4% de los turistas extranjeros les gustaría que la Parroquia ofertara alojamiento en cabañas típicas de la zona, el 14.3% requieren en viviendas modernas y un 33,3% les gustaría que oferte alojamiento en cabañas mixtas.

El proyecto se implementará cabañas mixtas, poniendo más énfasis la cabaña típica de la zona.

**Cuadro N° 51:** Nivel de interés sobre el tipo de alimentación de turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Comida típica	71	59,5
Comida internacional	31	26,2
Otros	17	14,3
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>

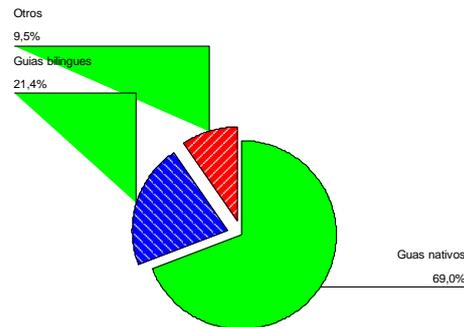
**Gráfico N° 32:** Nivel de interés sobre el tipo de alimentación de turistas extranjeros.

La mayoría de los turistas internacionales desean que se oferte gastronomía típica del lugar con el 59,5%, el 26,2% requieren comidas internacional y el 14,3% prefieren una gran variedad de platos se tradicional o internacional.

Con este resultado se inclinará a los gustos y preferencia de los turistas a ofertar los platos típicos del lugar.

**Cuadro N° 52:** Nivel de interés sobre el tipo de guianza de turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Guas nativos	82	69,0
Guías bilingüe	26	21,4
Otros	11	9,5
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 33:** Nivel de interés sobre el tipo de guianza

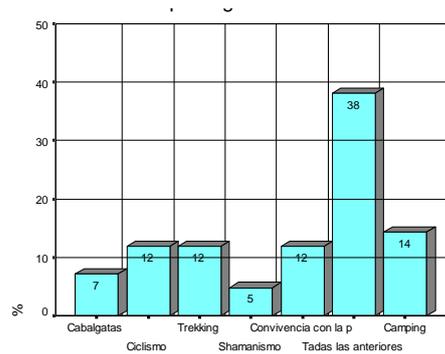
El 69% les gustaría hacer sus recorridos acompañado con un guía nativo, el 21,4% lo quieren hacer actividad turística con guía bilingüe y el 9,5% manifiesta realizar sus recorridos auto guiados.

Los resultados nos manifiesta que debe existir guías nativos bien capacitados para realizar los recorridos turísticos en Imantag.

**n) Actividades que le gustaría realizaren la parroquia de Imantag.**

**Cuadro N° 53:** Actividades que le gustaría realizar en Imantag.

ACTIVIDADES	Frecuencia	%
Cabalgatas	9	7,1
Ciclismo	14	11,9
Trekking	14	11,9
Shamanismo	6	4,8
Convivencia con la población	14	11,9
Camping	17	14,3
Todas las anteriores	45	38,1
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 34:** Actividades que les gustaría realizar en Imantag.

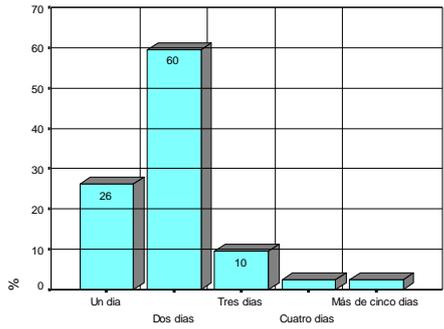
El 38,1% de los visitantes desean realizar todas las actividades turísticas, siendo estos campings, cabalgatas, ciclismo, trekking, senderismo y convivencia con la población, el 14,3% les gustaría realizar camping, con el 11,9% requieren realizar actividades ciclismo,trekking y convivencia con la población, el 7,1% prefieren realizar cabalgatas y el 4,8% desearían realizar senderismo.

Los resultados muestran que la mayoría de los turistas realizarían todas las actividades que se oferte en la parroquia.

**ñ) Cuantos días permanecería en Imantag.**

**Cuadro N° 54:** Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Un día	31	26,2
Dos días	71	59,5
Tres días	11	9,5
Cuatro días	3	2,4
Más de cinco días	3	2,4
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 35:** Tiempo de permanencia de los turistas extranjeros.

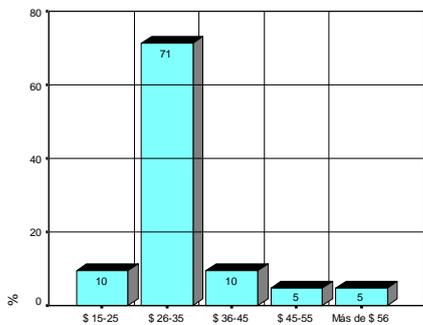
El 59,5% de los turistas que llegan al cantón Cotacachi permanecerían en la parroquia de Imantag por dos días realizando diferentes actividades turísticas, el 26,2% visitarían por un solo día, el 9,5% se quedaría en Imantag por 3 días, el 2,4% permanecería por 4 días y más de 5 días.

El producto se diseñara según el gusto de permanencia.

**o) Capacidad de gasto del turista extranjero en turismo**

**Cuadro N° 55:** Gastos de turistas extranjeros por día.

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
\$ 15-25	11	9,5
\$ 26-35	85	71,4
\$ 36-45	11	9,5
\$ 45-55	6	4,8
Más de \$ 56	6	4,8
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 36:** Gastos de turistas extranjeros por día.

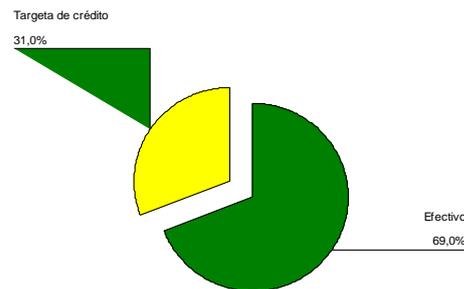
El 71,4% gasta de \$ 26 a 35, el 9,5% para turismo invierte de \$ 15 a 25 y \$ 36 a 45 y el 4,8% paga por turismo de \$ 45 a 55 y más de \$ 56.

Los resultados obtenidos en esta pregunta ayudarán a tener una relación de capacidades de gasto de los turistas extranjeros.

#### p) Forma de Pago

**Cuadro N° 56: Forma de Pago.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Efectivo	82	69,0
Tarjeta de crédito	37	31,0
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>



**Gráfico N° 37: Forma de Pago**

El 69% de los turistas extranjeros desean pagar por realizar actividades turísticas en efectivo y el 31% prefieren pagar con tarjeta de crédito.

La cual la forma de cobro dentro de la parroquia se lo hará mediante efectivo en forma principal, de la misma manera el cobro con tarjeta de crédito.

#### c. Perfil de los consumidores

Mediante la aplicación de las encuestas, se identificó el perfil del turista nacional como extranjero que visitará a Imantag, en las que se detalla a continuación:

##### 1) Turista Nacional

Los turistas y/o visitantes nacionales que visitan el cantón Cotacachi, provienen principalmente de la provincia de Imbabura y Pichincha, con el rango de edad de los visitantes que va desde los 31 hasta los 44 años con 43,6%, siendo en su mayoría mujeres con un nivel de educación superior y un nivel de ingresos promedio mensual de \$ 250 a 399 \$ reflejado en un 26,9%.

La mayoría de los visitantes nacionales viajan una vez al año acompañado por la familia; los principales medios de comunicación por los cuales se informan sobre lugares turísticos de Ecuador son: guías de turismo (22%), televisión e internet (21%).

El 88% de turistas mencionan no conocer la parroquia de Imantag, por el cual el 92% si les gustaría conocer para realizar actividades turísticas como: camping, ciclismo y cabalgata.

El tiempo de permanencia en la parroquia es de dos días y una noche, con preferencia alojamiento en cabañas típicas (58%), alimentos tradicionales del lugar (66.7%) y realizar los recorridos con guías nativos.

El turista por lo general por persona gasta en turismo de 21 a 30 dólares por día; y su forma de pago es en efectivo (91%).

## **2) Turista Internacional**

Los turistas extranjeros que visitan el cantón Cotacachi provienen principalmente de Norte América siendo estas de Estados Unidos y Canadá, de la misma manera de países como: España, Alemania, Inglaterra y Francia, con la edad comprendida entre los 26 a 35 años que representan el 45.2%, viajan en porcentaje mayoritario los hombres con un 57,1%, son estudiantes y profesionales con ingreso promedio mensual de \$ 501 a 1000 dólares.

El 48% de turistas viajan una vez al año con sus amigos y familia y amigos (28.6%); en las que este grupo de visitantes se informan a cerca del turismo en el Ecuador mediante guías de turismo e Internet (31%).

El 100% de visitantes no conocen las comunidades de la parroquia de Imantag y a un 90.5% si le gustaría conocer Imantag para realizar variedades de actividades turísticas que las comunidades puedan ofrecer como: Shamanismo, convivencia con la población, camping, cabalgatas, trekking y ciclismo. El tiempo que le gustaría permanecer en Imantag es de dos días y una noche; de los cuales les gustaría alojarse en cabañas típicas (52.4%), prefiriendo comer gastronomía típica del lugar (59.5%) y realizar visitas a los atractivos turísticos acompañado con guías nativos (69%).

El turista extranjero durante las visitas al cantón Cotacachi gasta por día de 26 a 35 dólares al día, su principal forma de pago es en efectivo.

#### **d. Proyección de la demanda actual para los próximos diez años**

La demanda turística actual del cantón Cotacachi es de un promedio de 120.000 anuales distribuidos, el 65% son visitantes nacionales y el 35% son turistas extranjeros.

**Cuadro N° 57.** Proyección de la demanda actual nacional y extranjera para los próximos diez años

<b>Año</b>	<b>Demanda Nacional65%</b>	<b>Demanda Extranjera35%</b>
2010	78.000	42.000
2011	79.560	42.840
2012	81.151	43.697
2013	81.151	43.697
2014	82.774	44.571
2015	84.430	45.462
2016	86.118	46.371
2017	87.841	47.299
2018	89.597	48.245
2019	91.389	49.210
2020	93.217	50.194
2021	95.082	51.198

<b>Año</b>	<b>Demanda Nacional 65%</b>	<b>Demanda Extranjera 35%</b>
2022	98.923	53.266

**e. Proyección de la demanda potencial para los próximos diez años**

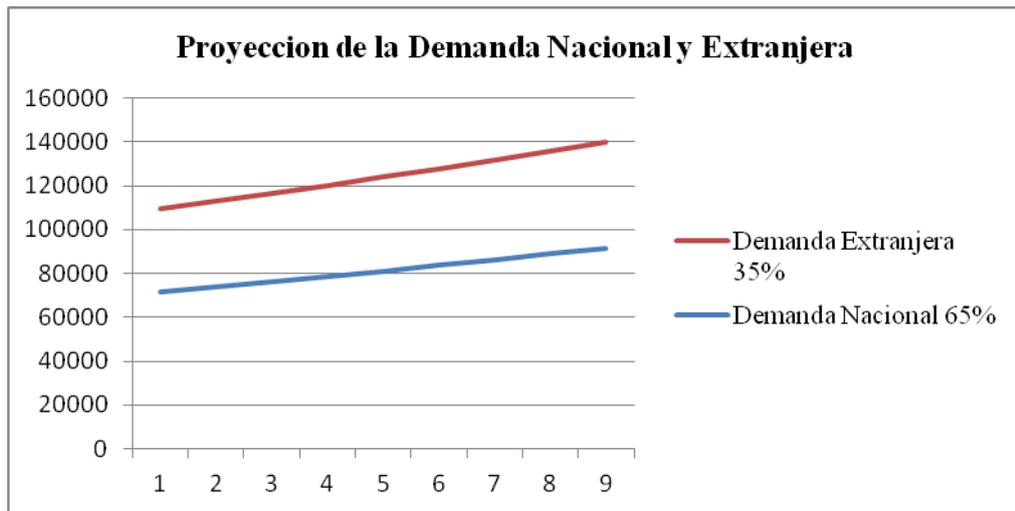
De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales el 92% desean visitar la parroquia de Imantag, para realizar variedad de actividades turísticas; es decir un universo de 71.760 visitantes; de la misma manera el 90.5% de turistas extranjeros quieren visitar la parroquia de Imantag lo cual representa un universo de 38.010 visitantes.

Por lo tanto la demanda potencial durante el año 2012 que arribará al cantón Cotacachi es de 74.659 turistas nacionales y 39.546 para turistas internacionales, por lo que se estima un total de 114.205 turistas nacionales como extranjeros que podrían realizar variedades de actividades turísticas en la parroquia de Imantag.

A continuación se detalla una proyección de la demanda para los próximos diez años.

**Cuadro N° 58.** Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos diez años

<b>Año</b>	<b>Demanda Nacional 65%</b>	<b>Demanda Extranjera 35%</b>
2010	71.760	38.010
2011	73.195	38.770
2012	74.659	39.546
2013	74.659	39.546
2014	76.152	40.337
2015	77.675	41.143
2016	79.229	41.966
2017	80.813	42.805
2018	82.430	43.662
2019	84.078	44.535
2020	85.760	45.425
2021	87.475	46.334
2022	91.009	48.206



**Gráfico N° 38.** Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos diez años

### **1. Análisis de la Oferta.**

El recurso natural y cultural potencial de la parroquia de Imantag se refleja en la comunidad de El Morlán, ya que en esta comunidad se encuentran los cuatros atractivos turísticos naturales inventariados e incluso la forma de vida única del pueblo Imantag, se constituyen en un recurso potencial de la parroquia.

La comunidad de El Morlán ocupa una gran extensión de territorio en relación con el resto de comunidades de la parroquia, por lo tanto el asentamiento de población es mayor, es la segunda comunidad de la zona andina en el cantón Cotacachi en poseer mayor población y territorio.

De acuerdo a las estadísticas oficiales (SIISE), la pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI) alcanza al 94,87% de los imanteños y la extrema pobreza a 80,86%, estas cifras se acumulan mayoritariamente en la comunidad de El Morlán, en la cual se registra el 38% de extrema pobreza en la comunidad.

De acuerdo a la realidad y necesidad que sufre la parroquia, se determina que la comunidad de El Morlán es un lugar estratégico para el desarrollo socio-económico de la población a partir del aprovechamiento de los recursos turísticos que se encuentra dentro y cerca a la comunidad, además de El Morlán está situado muy cerca a la planta turística existente en

Imantag, con vías de acceso de segundo orden en buen estado, estas condiciones más las anteriormente citadas convierten a ésta localidad en un lugar propicio para el establecimiento de un centro de turismo comunitario.

Con esto se apunta a generar emprendimientos y oportunidades para aumentar la calidad de vida de la población, reduciendo la tendencia a la emigración de los comuneros a las ciudades, la violencia y aculturación que junto a la pobreza, amenazan con la desintegración de las familias en la comunidad de El Morlán.

**a. Oferta actual de la comunidad de El Morlán**

**1) Atractivos Turísticos**

La comunidad de El Morlán, es el lugar en donde se asentará el centro de turismo comunitario “El Morlán”, cuenta con una serie de recursos naturales turísticos potenciales de la provincia de Imbabura como son: mirador Muyu Urcu, dentro de este atractivo se aprecia al nevado Cayambe, el volcán Cotacachi, Fuya Fuya, Imbabura y Yana Urcu, cascada caballito, volcán Cotacachi, partes del bosque protector, sus atractivos culturales basados en su forma de vida constituyen el complemento ideal de su belleza paisajística.

**2) Servicios Turísticos Existentes**

Actualmente la comunidad no cuenta con ningún servicio turístico, se pretende implementara futuro las áreas de hospedaje y alimentación, los mismos que se construirán en un área de 3.600 m<sup>2</sup>, localizando en las cercanías del mini coliseo de la comunidad de El Morlán.

**b. Oferta turística complementaria**

Esta zona no se ha desarrollado turísticamente, por estrategia de mercado la oferta turística a implementarse en la comunidad de El Morlán, debería complementarse con la oferta existente en el cantón Cotacachi, hasta que alcance reconocimiento en el mercado, por esta razón se ha considerado que la planta turística de este cantón se convertiría en ese complemento, a continuación se hace una descripción de la oferta turística del cantón Cotacachi, que se podría vincular hacia el desarrollo de la actividad turística de la comunidad.

Dentro del cantón Cotacachi existe una gran oferta de servicios como alojamiento, alimentación y recreación.

En el cantón Cotacachi existen 19 establecimientos de alojamiento, de los cuales 13 se encuentran en la cabecera cantonal de Cotacachi y el resto de establecimientos distribuidos en toda la zona rural del cantón, de los cuales tres de ellos son de primera categoría, 11 establecimientos son de segunda categoría y cinco son de tercera categoría, así mismo existen 22 establecimientos de alimentación y tres de recreación, los mismos tienen tercera y cuarta categoría (Ver Anexo N° 3).

Los servicios que prestan estos establecimientos son aceptables, su calidad varían de acuerdo al personal y organización que éstos llevan, la mayoría de los propietarios de alberges, hostales, cabañas, hosterías son conscientes de que la prestación de servicios debe ser de calidad.

Algunos de estos establecimientos no solo se dedican a la prestación de servicio de alimentación y hospedajes, sino también a contribuir con la educación e interpretación ambiental del visitantes, como es el caso de las cabañas: Nangulví, Cuicocha, Junín, la hostería Rancho Santa Fe, y los alojamientos rurales de Runa Tupari.

Además existen establecimientos que facilitan la operación de los turistas a los atractivos turísticos, ya que se encuentran en las cercanías de estos por ejemplo: Nangulví, Cuicocha, Junín y alojamientos rurales de Runa Tupari.

En cuanto a la dotación de la infraestructura básica y el acceso al sistema de comunicación, las vías de acceso de primer orden están en buen estado, en las zonas rurales se cuenta con vialidad de segundo orden con mantenimientos esporádicos y con señalizaciones inadecuadas.

La infraestructura de transporte es aceptable y facilita la conectividad hacia los atractivos turísticos, de la misma manera colaborará con la operación del turismo.

La mayoría de los establecimientos turísticos, cuentan con accesibilidad y conectividad, así mismo con un sistema de información como: afiches, trípticos, dípticos, libros de visitas, buzón de sugerencias, tarjetas, letreros, horas de visitas, dirección y ubicación de los mismos.

Los establecimientos turísticos de la localidad como hoteles, hostales, hosterías, restaurantes, bares, discotecas, a través del desarrollo de la actividad turística se ha venido fortaleciendo e incrementando su capacidad operativa por lo tanto es un generador de empleos e ingresos económicos; aun así se requiere capacitación al personal constantemente en diferentes temáticas, como manipulación de alimentos, atención al cliente, temas ambientales, culturales y administrativos e idiomas por parte de las entidades pertinentes como municipio y MINTUR.

### 1) **Modalidades de turismo que se pueden vincular al turismo comunitario**

Las modalidades de turismo que complementan la oferta turística comunitaria de la CTC El Morlán se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 59.** Modalidades que se complementan al turismo comunitario

<b>Modalidades</b>	<b>Actividades</b>
Turismo de Naturaleza	Observación de la flora y fauna silvestre. Caminatas por el sendero Muyu Urcu Recreación por los espacios naturales. Apreciación de los paisajes andinos.
Turismo Cultural	Compartir las costumbres y tradiciones de la comunidad. Convivencia con la comunidad en sus actividades

Modalidades	Actividades
	diarias como la agricultura y ganadería. Apreciación de las artesanías, tejidos, elaboración de sombreros. Degustación de platos típicos.

## 2. Análisis de la competencia

### a. Oferta - Identificación de los competidores

Para realizar el análisis de la competencia, se tomaron en cuenta a las organizaciones que ofrecen turismo comunitario en el cantón Otavalo y Cotacachi, como son la Runa Tupari, La Microempresa de Turismo comunitario de Peribuela, Turismo Comunitario Piñán y turismo comunitario Intag.

#### 1) Organizaciones de turismo comunitario.

- a) **Nombre:** Operación de Turismo Comunitario “RUNA TUPARI NATIVE TRAVEL”

**Cuadro N° 60:** Caracterización de la oferta de turismo de Runa Tupari

<b>Nombre:</b>	Operación de Turismo Comunitario “RUNA TUPARI NATIVE TRAVEL”
<b>Ubicación:</b>	Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia Sagrario y Quiroga, Comunidades: Tunibamba, Santa Bárbara, Chilca Pamba, Morales Chupa, La Calera y Morochos.
<b>Servicios turísticos:</b>	Reconocido como turismo comunitario Runa Tupari Native Travel, cuenta el servicio de alojamiento, con 18 albergues comunitarios en diferentes comunidades del cantón Cotacachi, cada albergue cuenta para 3 pax, contando en un total para 54 pax, el precio para alojarse es de 27 dólares incluye transporte de ida y regreso desde Otavalo, las características de la construcción de ladrillo revocado, madera y con techo de teja.  Se brinda el servicio de alimentación, en cada albergue con capacidad para 4 pax, en un total de 72 pax, también cuentan con un centro para comedor con una capacidad para 60 pax, la construcción es de ladrillo revocado, madera y con techo de teja. Los platos son ofertados en forma individual cuestan 3,00 y si está incluido en el paquete un plato fuerte cuesta hasta 16 dólares.

	Runa Tupari cuenta con guías nativos capacitados para realizar recorridos con los turistas nacionales y extranjeros, el tamaño de grupo admitido para un guía es de hasta 8 pasajeros en recorridos fáciles en tours categorizados con un nivel difícil se asigna un guía para cinco turistas, el precio a pagar por un guía nativo es de 20 dólares en tours de pequeños recorridos y hasta 40 dólares entre trekking a volcanes.
<b>Comercialización</b>	Su medio de comercialización es a través de la página web: <a href="http://www.runatupari.com">www.runatupari.com</a> , cuentan con material publicitario como: afiches y trípticos.

**b) Nombre:** Operación de Turismo Comunitario Peribuela

**Cuadro N° 61:** Operación de Turismo Comunitario Peribuela

<b>Nombre:</b>	Operación de Turismo Comunitario PERIBUELA
<b>Ubicación:</b>	Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia Imantag, Comunidad de Peribuela a siete Km desde la cabecera parroquial de Imantag. Se puede acceder de cualquier ciudad de la provincia siguiendo un camino de segundo orden.
<b>Servicios turísticos:</b>	<p>El proyecto de turismo comunitario cuenta con dos cabañas pequeñas con capacidad para 10 pax, los materiales de construcción utilizados en la planta turística están constituidos por: ladrillo revocado, madera y con techo de teja, el precio del servicio es de \$ 10,00 la noche por pax, construido en una extensión aproximada de 1.600 m<sup>2</sup>.</p> <p>En cuanto a la alimentación, la comunidad cuenta con un espacio para restaurante diseñado para 24 pax, además posee una cocina a gas, baño con agua caliente y una mini sala, se permite que el turista prepare sus propios alimentos. El precio por cada servicio de alimentación es de \$ 5,00.</p> <p>La microempresa posee espacios adicionales para el huerto comunitario y espacio para especies menores.</p> <p>Cuentan con guías nativos capacitados, un guía proporciona su servicio a un grupo de 8 pax y el precio por cada guía es de \$15,00 a \$25,00 dependiendo del tour.</p> <p>El proyecto ofrece dos paquetes turísticos comunitarios: excursión al bosque protector Peribuela, en caballo o caminando, el precio es de \$ 65,00 en caballo y \$35,00 caminando por un grupo de 2 a 3 pax.</p>

	Una de las actividades más solicitadas es la convivencia con la población, con la población, el precio es de \$ 32,00 para un grupo de 2 a 3 pax y \$ 25,00 para un grupo de 4 a 8 pax.
<b>Comercialización</b>	Su medio de comercialización es local publicitando su oferta a través de la radio, cuentan con material publicitario como: afiches y trípticos.

c) **Nombre:** Operación de Turismo Comunitario Piñán

**Cuadro N° 62:** Operación de Turismo Comunitario Piñán

<b>Nombre:</b>	Operación de Turismo Comunitario PIÑÁN
<b>Ubicación:</b>	Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquia Imantag, Comunidad de Piñán a cuatro horas de camino en vehículo desde la cabecera parroquial de Imantag. También se puede acceder desde la parroquia Apuela de la zona subtropical de Intag en el Cantón Cotacachi siguiendo un camino de segundo y tercer orden.
<b>Servicios turísticos:</b>	<p>El proyecto turístico cuenta con una cabaña grande para alimentación y hospedaje con capacidad para 12 pax, la construcción es de ladrillo revocado, madera y con techo de paja, el servicio de alojamiento tiene un precio de \$12,00 la noche por pax.</p> <p>El servicio de alimentación cuenta con capacidad para 32 pax, equipada con una cocina a gas y chimenea. Está permitido que los turistas preparen sus propios alimentos. El precio es de \$ 7,00 por comida.</p> <p>El proyecto cuenta con espacio amplio para acampar y en el río Piñán se puede realizar pesca deportiva.</p> <p>La comunidad proporciona el servicio de guianza, un guía conduce un grupo de 10 pax. El precio establecido para el servicio es de \$ 20,00.</p> <p>El proyecto turístico ofrece dos paquetes turísticos comunitarios: excursión a la laguna de Piñán por un día, sea en caballos o caminando, el precio es de \$35,00 en caballo y \$25,00 caminando para un grupo de 2 a 3 pax.</p> <p>Excursión al Cerro Yana Urcu, el precio es de \$ 33,00 para un grupo de 2 a 3 pax y \$ 28,00 para un grupo de 4 a 8 pax..</p>
<b>Comercialización</b>	La comercialización se realiza mediante página web: <a href="http://www.turismocomunitariopiñan.coma">www.turismocomunitariopiñan.coma</a> esto se adiciona el material publicitario como: afiches y trípticos.

d) **Nombre:** Operación de Turismo Comunitario Intag

**Cuadro N° 63:** Operación de Turismo Comunitario Intag

<b>Nombre:</b>	Operación de Turismo Comunitario INTAG
<b>Ubicación:</b>	Provincia de Imbabura, Cantón Cotacachi, Parroquias Apuela y Cuellaje, a dos horas desde la cabecera cantonal de Cotacachi y Otavalo, dentro de la zona subtropical de Intag.
<b>Servicios turísticos:</b>	<p>El proyecto de turismo comunitario de la zona de Intag cuenta con cuatro cabañas con capacidad para 20 pax y espacio amplio para camping, la construcción es de madera con techo de paja del bosque subtropical.</p> <p>El proyecto cuenta con infraestructura para alimentación diseñado para 24 pax, el espacio cuenta con equipos necesarios para prestar servicios de calidad a los turistas nacionales y extranjeros. El precio es de \$ 6,00 por cada comida.</p> <p>Además cuentan con espacios adicionales para el huerto comunitario y espacio para animales del subtrópico.</p> <p>Cuentan con guías nativos calificados, aptos para conducir turistas nacionales y extranjeros, se oferta un guía para ocho turistas, para así brindar un mejor servicio de calidad. Los precios por la guianza oscilan entre \$ 15.00 a 25,00 según el paquete turístico.</p> <p>El proyecto ofrece dos paquetes turísticos comunitarios: excursión a las lagunas de Piñán y Cristo Cocha, en caballo o caminando, el precio del paquete es de \$ 65,00 en caballo y \$ 40,00 caminando por un grupo de cuatro pax, se oferta también recorridos en el interior del bosque primario, visitando granjas comunitarias, elaborando artesanías, conviviendo con la población, el precio de este paquete es de \$ 35,00 por pax.</p>
<b>Comercialización</b>	Su medio de comercialización es mediante la página web: <a href="http://www.turismocomunitariointag.com">www.turismocomunitariointag.com</a> , cuentan con materiales publicitarios como: afiches y trípticos.

**Cuadro N° 64.** Análisis de la competencia

<b>Organizaciones</b>	<b>Ingreso de turista anuales</b>	<b>Atractivos Principales</b>
Operaciones de Turismo Comunitario Runa Tupari Native Travel	2680	- Volcán Cotacachi. - Convivencia Comunitaria. - Lago Cuicocha, - Cultura y Naturaleza.
Organización de Turismo	760	- Volcán Cotacachi.

<b>Organizaciones</b>	<b>Ingreso de turista anuales</b>	<b>Atractivos Principales</b>
comunitario comunidad de Peribuela		- Bosque protector Peribuela. - La cultura viva de la comunidad.
Organización de Turismo comunitario Piñán	330	- Volcán Yana Urcu. - Laguna de Piñán. - Convivencia con la población.
Turismo comunitario Intag	1240	- Rio Intag. - Bosque protector. - Empresas productivas. Convivencia con la población.
<b>Total :</b>	5010	

Una vez caracterizadas cada una de las Organizaciones turísticas comunitarias, se determina que ofrecen servicios establecidos y poseen una diversidad de productos que se ha creado de acuerdo a la necesidad de la demanda turística. Cada una de estas operaciones de turismo comunitario ofrece servicios turísticos de acuerdo a su capacidad instalada y su potencialidad.

Por consiguiente se puede determinar que las ventajas competitivas que tienen cada una de estas organizaciones a comparación con la comunidad de El Morlán están dadas por: servicio de alojamiento en construcciones tradicionales de la serranía, variedad de rutas turísticas, áreas de esparcimiento y/o recreación, precios accesibles, alianzas comerciales y capacitación en la gestión comunitaria de turismo.

La mayoría de las organizaciones mencionadas llevan mucho tiempo desarrollando la actividad turística, esto hace que tengan mayor experiencia en la operación, las estrategias de comercialización con otras organizaciones del paísles ha beneficiado para su acceso al mercado.

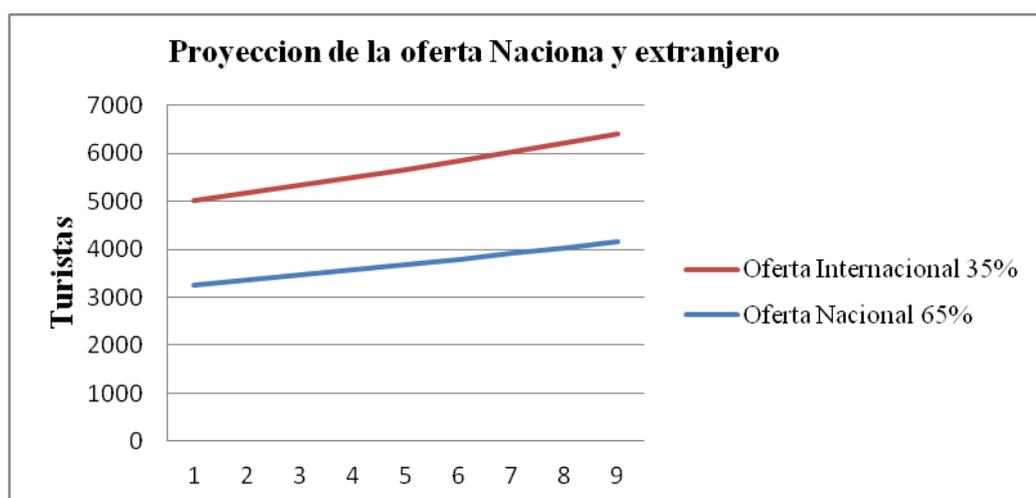
Una de las grandes debilidades de estas organizaciones, es que existe poca motivación del resto de la población de las comunidades por involucrarse en el desarrollo de la actividad turística, en el caso de Runa Tupari, existen uno o dos familias en la comunidad que desarrollan el turismo.

#### **4. Proyección de la oferta**

Para proyectar la oferta se utilizó el número de turistas que adquirió los servicios de las cuatro organizaciones de turismo comunitario del cantón Cotacachi en el último año 2010, por lo tanto, se tiene como resultado un dato aproximado de 5010 turistas y visitantes.

**Cuadro N° 65.** Proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos diez años

<b>Año</b>	<b>Oferta Nacional 65%</b>	<b>Oferta Internacional 35%</b>	<b>Oferta Total</b>
2010	3.257	1.754	5.010
2011	3.322	1.789	5.111
2012	3.388	1.825	5.213
2013	3.456	1.861	5.317
2014	3.525	1.899	5.424
2015	3.596	1.936	5.532
2016	3.668	1.975	5.643
2017	3.741	2.015	5.756
2018	3.816	2.055	5.871
2019	3.892	2.096	5.988
2020	3.970	2.138	6.108
2021	4.049	2.181	6.230
2022	4.130	2.224	6.355



**Gráfico N° 39:**Proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos diez años

## 5. Confrontación de la demanda - oferta

**a. Demanda insatisfecha proyectada**

**Cuadro N° 66:** Demanda insatisfecha de turistas nacionales

<b>Año</b>	<b>Demanda Nacional</b>	<b>Oferta Nacional</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2010	71.760	3.257	68.503
2011	73.195	3.322	69.873
2012	74.659	3.389	71.271
2013	76.152	3.456	72.696
2014	77.675	3.525	74.150
2015	79.229	3.596	75.633
2016	80.813	3.668	77.146
2017	82.430	3.741	78.688
2018	84.078	3.816	80.262
2019	85.760	3.892	81.867
2020	87.475	3.970	83.505
2021	89.225	4.050	85.175
2022	91.009	4.131	86.878

**Cuadro N° 67:** Demanda insatisfecha de turistas extranjeros

<b>Año</b>	<b>Demanda internacional</b>	<b>Oferta internacional</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2010	38.010	1.754	36.256
2011	38.770	1.789	36.981
2012	39.546	1.825	37.721
2013	40.337	1.861	38.475
2014	41.143	1.899	39.245
2015	41.966	1.937	40.030
2016	42.805	1.975	40.830
2017	43.662	2.015	41.647
2018	44.535	2.055	42.480
2019	45.425	2.096	43.329
2020	46.334	2.138	44.196
2021	47.261	2.181	45.080
2022	48.206	2.224	45.981

Según el análisis de la demanda y oferta nacional y extranjero, para el presente año 2013 se tendrá una demanda insatisfecha de 72.696 turistas nacionales, mientras que en el año 2022 la

demanda insatisfecha de turistas nacionales será de 86.878 turistas; en relación a la demanda internacional insatisfecha para el presente año 2013 es de 38.475 turistas extranjeros y en el año 2022 habrá una demanda insatisfecha de 45.981 turistas.

## 6. Demanda objetivo de mercado

La demanda objetiva que el proyecto pretende captar anualmente es el 1,4% de la demanda insatisfecha de turistas nacionales y extranjeros, tomando en cuenta una buena capacidad de infraestructura de alojamiento y alimentación por instalar y además la aceptación de los turistas para realizar turismo comunitario.

**Cuadro N° 68:** Cuota objetivo de mercado de la demanda nacional y extranjera

<b>Año</b>	<b>Demanda Nacional Insatisfecha</b>	<b>Cuota objetivo de Mercado</b>	<b>Demanda Extranjera Insatisfecha</b>	<b>Cuota objetivo de Mercado</b>	<b>Total Cuota Objetivo Nacional y Extranjera 1,4 %</b>
2010	68.503	959	36.256	508	1467
2011	69.873	978	36.981	518	1496
2012	71.271	998	37.721	528	1526
2013	72.696	1018	38.475	539	1556
2014	74.150	1038	39.245	549	1588
2015	75.633	1059	40.030	560	1619
2016	77.146	1080	40.830	572	1652
2017	78.688	1102	41.647	583	1685
2018	80.262	1124	42.480	595	1718
2019	81.867	1146	43.329	607	1753
2020	83.505	1169	44.196	619	1788
2021	85.175	1192	45.080	631	1824
2022	86.878	1216	45.981	644	1860

El mercado objetivo de la comunidad de El Morlán en la parroquia Imantag será de 1556 turistas nacionales y extranjeros para el presente año 2013 y en el año 2022 será de 1860 turistas.

## **C. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO DE TURISMO COMUNITARIO**

### **1. Diseño del servicio turístico**

#### **a. Planta turística necesaria**

Se requiere implementar la planta turística dentro de la comunidad de El Morlán en vista de que esta comunidad está ubicada en un lugar estratégico para la operación turística, cuenta con un plan de revitalización cultural y con la mayoría de los atractivos turísticos potenciales de la parroquia.

#### **1) Servicio de alojamiento - instalaciones**

Se requiere implementar el servicio de hospedaje tipo albergue comunitario, tomando en cuenta la aceptación de la demanda turística nacional y extranjera, de la misma manera el interés que tiene la directiva de la comunidad y las ONGs de cooperación internacional que financiarán la implementación de la propuesta.

**a) Características del servicio**

La comunidad cuenta con un predio comunal de 60 m de largo x 30 m de ancho para implementar el servicio de alojamiento comunitario.

**b) Localización**

El predio comunal está ubicado en el centro de la comunidad, cerca de las instalaciones del coliseo comunal.

**c) Área de construcción**

En este lugar se construirá dos cabañas de 8,60 m x 4,80 m, cada una de ellas estará distribuida en espacios para baño y habitaciones, en una de ellas estará la sala de recepción, en cada habitación se ubicará dos camas, dos veladores, closet y una mesa, estas dos cabañas estarán ubicadas de frente a una distancia de 10 m entre sí.

En la parte sur de estas dos cabañas se construirá una infraestructura para restaurante de 8,60 m x 4,80 m, estará distribuida para comedor, cocina y un baño.

**d) Tipología de construcción**

La construcción de la vivienda es tipo cabaña, con una sola planta, se utilizarán materiales existentes en la zona para no provocar impactos ambientales. Las paredes serán de ladrillo revocado con columnas de madera, el techo estará cubierto con teja y el tumbado de madera, el baño y la ducha serán cubiertos con cerámica, con el fin de no provocar filtraciones de agua hacia afuera, cada cuarto tendrá como mínimo dos ventanas y las puertas serán de madera.

Se construirá además un cuarto para bodega y un espacio para estacionamiento de vehículos, con iluminación en toda la infraestructura.

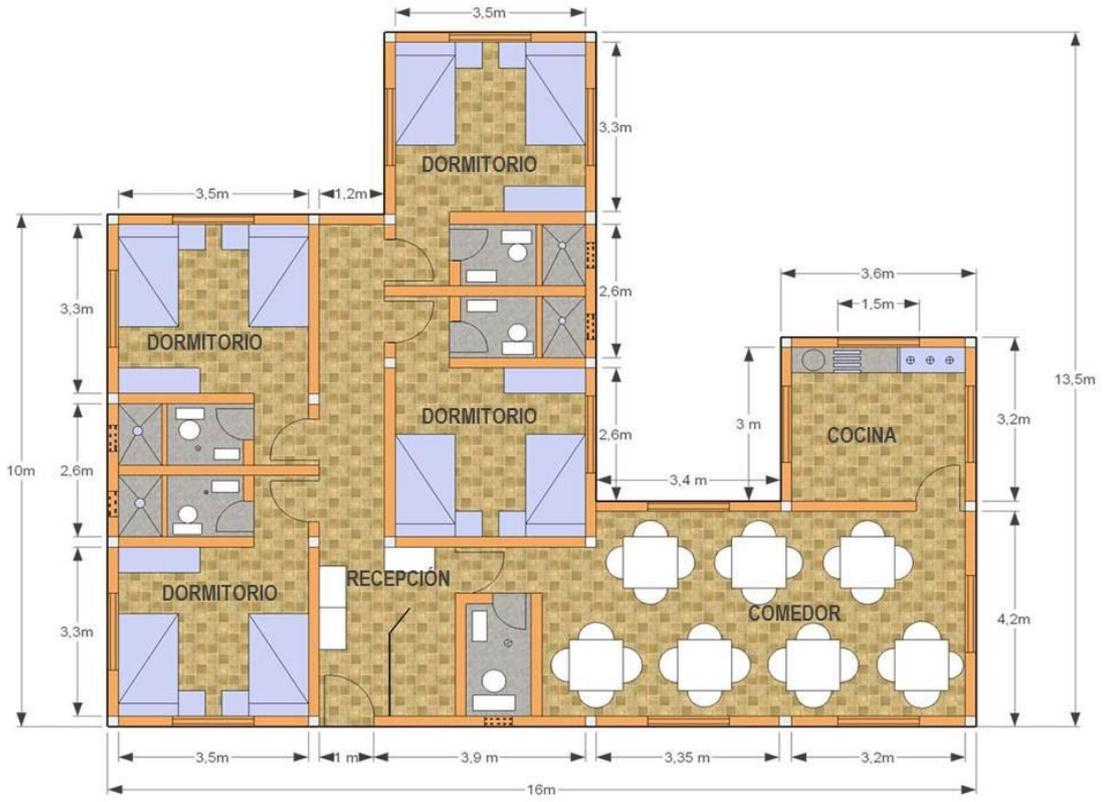
**e) Decoración**

La recepción estará decorada con fotografías de atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia, la sala de espera estará decorada con objetos antiguos, paisajes engigantografíasllamativas.

El área interior de las habitaciones estará decorada con fotografías de la cultura del pueblo Imantag, las cortinas serán confeccionadas artesanalmente.

**e) Diseño del albergue comunitario**

**Diseño N°01.** Plano del albergue turístico



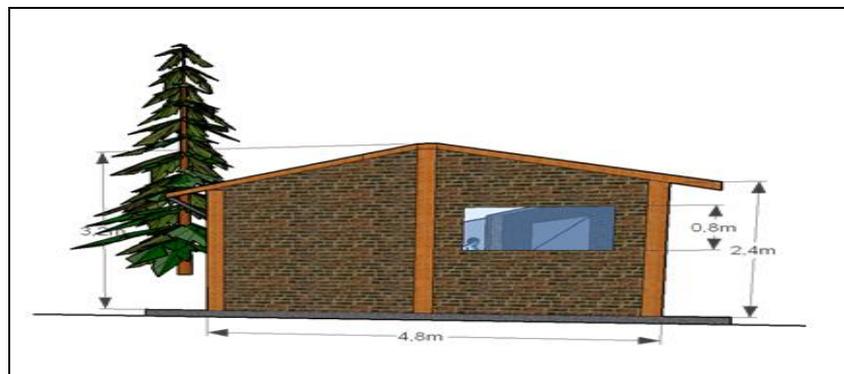
**Diseño N° 02:** Fachada lateral izquierda



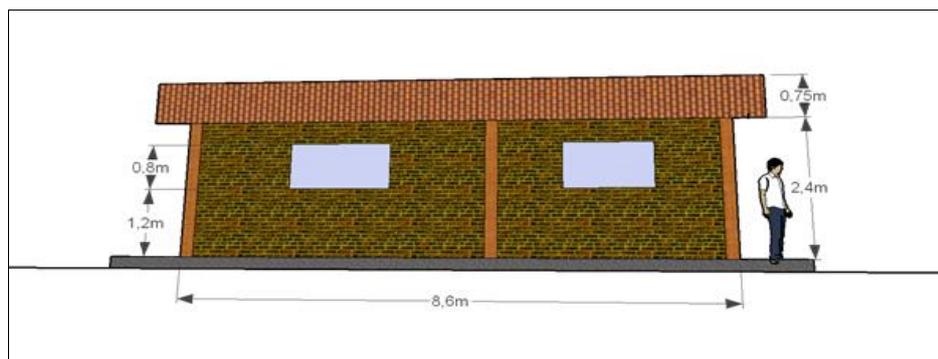
**Diseño N° 03:** Fachada frontal



**Diseño N° 03: Fachada lateral derecho**



**Diseño N° 04: Fachada posterior**



**f) Equipamiento necesario**

Es necesario equipar la planta turística para el servicio de alojamiento por cada espacio, los requerimientos mínimos se detallan a continuación:

- i. **Recepción.-** En este espacio se equipara con el mobiliario necesario para atender y registrar al visitante.

**Cuadro N° 69:** Equipamiento necesario para del área de recepción

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b><i>Muebles y Enseres del Área Comercial</i></b>			
Escritorio	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Mueble/ computadora	1	\$ 45.00	\$45.00
Sillas/oficina	6	\$20.00	\$ 120.00
Silla giratoria	1	\$ 40.00	\$40.00
Archivador	1	\$80.00	\$80.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 385.00</b>
<b><i>Maquinaria y Equipo del Área Comercial</i></b>			
Computadora	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Impresora	1	\$ 72.00	\$ 72.00
Sumadora	1	\$ 17.00	\$ 17.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 689,00</b>
<b><i>Materiales de Oficina</i></b>			
Resma de papel	6	\$ 5.00	\$ 30.00
Carpetas	25	\$0.20	\$5.20
Fólder	10	\$0.50	\$ 5.00
Perforadora	1	\$ 3.00	\$ 3.00
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Esferos caja	1	\$5.00	\$5.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 52.80</b>
<b><i>Decoración</i></b>			
Juego de cortinas	6	\$25.00	\$150.00
Fotos y cuadros de la comunidad	10	\$ 5,00	\$ 50,00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 150.00</b>
<b>SUB TOTAL</b>			<b>\$ 1.324,8</b>
<b>Imprevistos 10%</b>			<b>\$ 132,48</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.454,48</b>

- ii. **Sala de espera.-** este espacio contará con muebles acorde a la necesidad de esta área.

**Cuadro N° 70:** Equipamiento necesario para el área común

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b><i>Muebles y Enseres</i></b>			
Juego de muebles	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Mesa de centro	1	Incluye	Incluye
Soporte para agua	1	\$ 20.00	\$ 20.00

Envase de agua	1	\$ 22.00	\$22.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 642,00</b>
<i>Decoración</i>			
Juego de cortinas	6	\$25.00	\$ 150.00
Fotos Y cuadros de la comunidad	10	\$5.00	\$50.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 118.00</b>
<b>SUB TOTAL</b>			<b>\$ 760,00</b>
<b>Imprevistos 10%</b>			<b>\$ 76,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 836,00</b>

- iii. **Habitaciones.-** Se dispondrá de 4 habitaciones, cada una de ellas tendrá 2 camas con su respectivo colchón, sábanas y cobijas, cada cama tendrá un velador con una lámpara, se colocará una mesa con una silla y un closet en cada habitación para usos del visitante.

**Cuadro N° 71:** Equipamiento necesario para las habitaciones

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Muebles</b>			
Camas de 2 plazas.	8	\$150.00	\$1.200
Mesa 2x1,5 m	4	\$60.00	\$240.00
Sillas	4	\$20.00	\$80.00
Veladores	4	\$45.00	\$180.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 1.700,00</b>
<b>Accesorios</b>			
Colchones de 2 plazas.	8	\$180.00	\$1.440
Juego de Sábanas	16	\$ 22.00	\$352,00
Cobijas	16	\$20.00	\$ 320,00
Edredones	16	\$40,00	\$ 640,00
Almohadas	8	\$ 2.50	\$ 20.00
Lámparas	4	\$ 6.00	\$24.00
Armadores	4 docenas	\$ 8,00	\$32.00
Basureros	8	\$5,00	\$40.00
Envases de agua	4	\$23.00	\$92.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 2.964.00</b>
<b>Decoración</b>			
Juego de Cortinas típicas	8	25.00	200.00

Manteles típicos 1,5x1,5 m	8	15.00	120.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 320.00</b>
<b>SUB TOTAL</b>			<b>\$ 4.984.00</b>
<b>Imprevistos 10%</b>			<b>\$ 498,40</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.484,40</b>

- iv. **Baños.-** se dispondrá un baño por cada habitación es decir para dos personas, contará con un espacio para el inodoro y la ducha; el piso se forrará con cerámica; dispondrá de agua caliente, espejo, repisa, ganchos para ropa, insumos de limpieza y toallas.

**Cuadro N° 72:** Equipamiento necesario para los baños

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Accesorios</b>			
Espejos	5	\$ 4,00	\$20.00
Cortinas de baño	5	\$8.00	\$40.00
J. Toallas grandes	8 juegos de tres piezas	\$ 11,00	\$ 264.00
J. Toallas pequeñas	8 juegos de tres piezas	\$ 8,00	\$192,00
Basureros	3	\$5.00	\$ 15.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 507,00</b>
<b>Utensilios de limpieza</b>			
Jabón biodegradable	1 galón	\$31.00	\$ 31.00
Shampoo	1 galón	\$31.00	\$31.00
Papel higiénico	30	\$0.25	\$7.50
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 69.50</b>
<b>SUB TOTAL</b>			<b>\$ 576.50</b>
<b>Imprevistos 10%</b>			<b>\$ 57,65</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 634.15</b>

**g) Decoración**

La recepción estará decorada con fotografías de atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia, la sala de espera estará decorada con objetos antiguos, paisajes en gigantografías llamativas.

El área interior de las habitaciones estará decorada con fotografías culturales del pueblo Imantag, las cortinas serán confeccionadas artesanalmente.

**h) Precio estimado para la implementación del albergue turístico**

**Cuadro N° 73:** Presupuesto estimado de la vivienda típica

<b>Presupuesto de Construcción</b>					
<b>Proyecto:</b> Propuesta de la vivienda turística					
<b>Ubicación:</b> Parroquia Imantag, Comunidad El Morlán					
<b>Fecha:</b> 2011					
<b>RUBRO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
	<b>PRELIMINARES</b>				
1	REPLANTEO Y NIVELACION	m2	380	1,10	418,00
2	DESBANQUE Y DESALOJO	m3	24,5	3,58	87,71
3	LIMPIEZA Y DESBROCE	m2	113,52	1,33	150,98
4	EXCAVACION DE PLINTOS	m3	3,54	4,16	14,73
5	EXCAVACION DE CIMIENTOS	m3	12,6	4,16	52,42
	<b>ESTRUCTURA</b>				
8	REPLANTILLO HORMIGON SIMPLE 140 Kg/cm2	m3	1,39	101,27	140,77
9	PLINTOS DE HORMIGON SIMPLE 210 kg/cm2	m3	1,54	115,22	177,44
10	CIMIENTOS DE PIEDRA HC 180 KG/CM2 60% PIEDRA	m3	9,6	100,60	965,76
12	HORMIGON EN CADENAS 210 KG/CM2	m3	5,4	156,16	843,26
13	COLUMNAS DE MADERA	u	24	20,00	480,00
16	PARED DE LADRILLO VISTO	m2	175,17	14,8	2592,52
18	VIGAS DE MADERA DE 2,50 m x 0,15x0,15m	U	54	25,00	1350,00
19	ENTABLADO	m2	167,04	8,51	1421,51
20	ESTRUCTURA PARA TEJADO	m2	167,04	22,32	3728,33
21	CUBIERTA TEJADO	m2	167,04	9,39	1568,51
	<b>PISOS , MAMPOSTERIAS,</b>				

	<b>MASILLADOS</b>				
24	CONTRAPISO DE HORMIGON SIMPLE	m2	108,24	15,38	1664,73
25	MASILLADO DE PISO	m2	108,24	4,38	474,09
27	VEREDA PERIMETRAL	m2	43,2	9,28	400,90
31	ENLUCIDO VERTICAL	m2	43,2	6,33	273,46
32	ENLUCIDO HORIZONTAL	m2	16,4	6,88	112,83
	<b>REVESTIMIENTOS</b>				
35	CERAMICA EN PAREDES BAÑO	m2	21,6	26,61	574,78
36	CERAMICA EN PISO	m2	102,32	24,78	2535,49
37	PORCELANATO PISO	m2	87,75	37,19	3263,42
40	PINTURA LATEX VINYL ACRILICO	m2	794,31	2,77	2200,24
41	RECUBRIMIENTO FACHALETA	m2	61,2	9,83	601,60
	<b>INSTALACIONES DE AGUA POTABLE Y SANITARIAS</b>				
42	SALIDA AGUA POTABLE 1/2 plg.	pto	16	25,80	412,80
43	TUBERIA AGUA FRIA PVC 1/2 plg.	m	158	3,10	489,80
44	LAVAPLATOS COMPLETO UN POZO	u	1	150,00	150,00
45	LAVAMANOS COMPLETO	u	5	65,56	327,80
46	INODORO TANQUE BAJO	u	5	98,50	492,50
48	CAJA DE REVISION	u	7	56,60	396,20
49	SALIDA PVC 50 mm	pto	6	26,02	156,12
50	SALIDA PVC 110 mm	pto	5	29,25	146,25
51	BAJANTES AGUAS LLUVIAS 110 mm	m	22	9,70	213,40
52	TUBERIA PVC 50 mm	m	60	3,42	205,20
53	TUBERIA PVC 110 mm	m	70	4,94	345,80
54	TUBERIA PVC 150 mm	m	85	5,75	488,75
55	REJILLA INTERIOR DE PISO 50 mm	u	6	2,80	16,80
	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				
59	SALIDA PARA ILUMINACION	pto	29	19,75	572,75
67	TOMACORRIENTES	pto	32	17,41	557,12
68	TUBERIA PVC 2" PARA ALIMENTACION	m	123	4,02	494,46
69	TUBERIA PARA SENSORES ALARMA	m	60	3,40	204,00
	<b>CARPINTERIA MADERA Y METALICA</b>				
70	PUERTAS INTERNAS BAÑO	u	5	140,00	700,00
71	PUERTA PRINCIPAL MADERA Y VIDRIO TEMPLADO (2,2x1,2)	u	7	180,00	1260,00
72	PUERTAS DE SEGURIDAD CERRADURA HORIZONTAL	u	1	310,94	310,94
73	VENTANAS DE MADERA + VIDRIO 8 mm	m2	21	48,67	1022,07
72	SEGURIDAD CERRADURA PARA VENTANAS	u	21	60,20	1264,20

<b>Subtotal 1</b>	<b>36.320,42</b>
<b>Imprevistos 10%</b>	<b>3.632,04</b>
<b>Subtotal 2</b>	<b>39.952,46</b>
<b>IVA 12%</b>	<b>4794,29</b>
<b>Precio total del Proyecto</b>	<b>44.746,76</b>

## 2) Servicio de alimentación

Es necesario implementar un buen servicio de alimentación que cumpla la satisfacción necesaria del visitante.

### a) Características del servicio

#### i. Decoración

##### - Ambientación interna

En el interior del restaurante se decorará con objetos de la zona que sean llamativos, elaborados por la misma gente de las comunidades y fotografías de la comunidad, las cortinas serán tejidas tradicionalmente.

##### - Equipamiento necesario.

El equipamiento del área de restaurante será de gran importancia para poder satisfacer las necesidades o requerimientos del cliente.

**Cuadro N° 74. Materiales y equipo del restaurante**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Equipo de cocina</b>			
Refrigerador	1	\$1460,00	\$1460,00
Mesón hierro inoxidable	1	\$ 596,30	\$ 596,30
Horno	1	\$832,00	\$832,00
<b>Vajilla</b>			
Platos base	24	\$1.50	\$36,00

Consomeras	24	\$1.25	\$30.00
Platos planos	24	\$1.50	\$36,00
Tazas y plato de café	24	\$2.50	\$60.00
Calefacción	1	\$650.00	\$650.00
Extintor de incendios	1	\$45.00	\$45.00
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 3.845,00</b>
<b>Accesorios necesarios</b>			
Carta del menú	4	\$ 10.00	\$40.00
Uniforme: delantal y gorro	4	\$18.00	\$72.00
Servilleta especial	30	\$5.00	\$150.00
Mantelería especial	10	\$12.00	\$120.00
<b>Decoración Interna y Externa</b>			
J. Cortinas text.	2	\$20.00	\$40.00
Objetos antiguos	-		Comunidad
Cuadros y fotografías de la comunidad	15	\$ 6,00	\$ 90,00
Paja	-		Comunidad
Plantas silvestres	-		Comunidad
<b>Sub Total</b>			<b>\$ 512.00</b>
<b>SUB TOTAL</b>			<b>\$ 4.063,00</b>
<b>Imprevistos 10%</b>			<b>\$ 473.30</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.716,30</b>

## ii. Estándares de calidad

- Para el funcionamiento del servicio de restauración se tomarán en consideración la dotación de los siguientes servicios básicos y artículos complementarios deben contar con lo siguiente:
- Limitar la compra de productos perecibles (fácil descomposición) y llevar un control cada semana para la caducidad de productos.
- Limpiar cuidadosamente el sitio de trabajo después de ser utilizado.
- Contar con una lista de proveedores de productos de la zona.
- Mantener al personal de cocina uniformado o identificado y utilizar gorro y delantal.
- Hombres y mujeres de cabello largo deberán mantenerlo recogido.
- Separar las ollas para hervir agua de las de preparación de comidas.
- Separar las cucharas y cucharones de palo para comidas de sal y de dulce.

- Mantener tapados los recipientes para desechos orgánicos, mientras que los recipientes de basura deberán vaciarse y limpiarse diariamente, para evitar plagas y malos olores.
- Utilizar insumos de limpieza biodegradables y evitar el uso de cloros.
- Los estándares de calidad del área de comedor son:
- Utilizar utensilios debidamente lavados y desinfectados.
- Controlar permanentemente el suministro de gas, electricidad o el combustible utilizado, a fin de evitar fugas y desabastecimiento.
- Disponer de una vajilla adecuada, cubertería y platos para el uso exclusivo de los visitantes.
- Contar con una vajilla que tradicionalmente se use en el lugar y sea elaborada con materiales locales.
- Dotar al comedor de manteles y servilletas elaborados en la comunidad.
- Adquirir mantelería y servilletas para uso exclusivo de clientes; se seleccionarán materiales de calidad y larga duración.
- Utilizar manteles y servilletas de tela (no de plástico).

### **c. Servicio de Guianza**

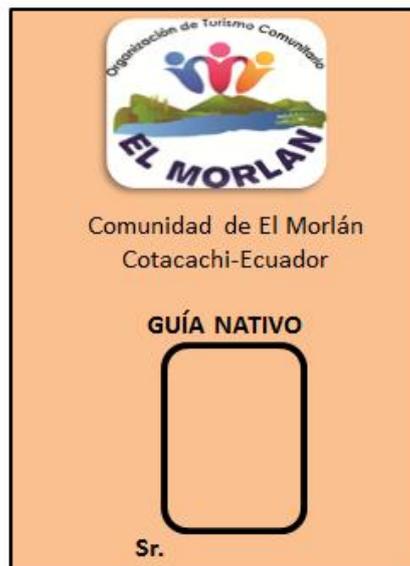
#### **1) Características del servicio**

El servicio de guianza debe realizarse mediante un/a guía acreditado/da, sea guía nativo y/o naturalista que disponga de licencia, la misma que debe mostrar destrezas orales y escritas en español y de preferencia otro idioma extranjero.

Aquella persona deberá ser de la comunidad de El Morlán que tenga conocimientos generales sobre la cultura, el arte, la historia del lugar y del entorno del país.

a) **Diseño de las credenciales**

**Diseño N° 05.** Credencial de identificación del personal de operación de turismo comunitario de la OTC Morlán.



b) **Costo de credenciales**

**Cuadro N° 75:** Costo de las credenciales

<b>Detalle</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Impresión a full color. Se debe imprimir 10 unidades	8cm de ancho x 12 cm de largo	\$ 1.50	\$ 15. 00
<b>Total</b>			<b>\$ 15. 00</b>

c) **Estándares de calidad que debe considerar el guía para la prestación de su servicio**

- Debe tener la capacidad de conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
- El guía debe tomar en cuenta la imagen personal como parte del servicio.

- El guía debe mostrar disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
- Conoce bien el destino en el que te encuentras.
- Se emplearan sistemáticamente las fórmulas básicas de relación entre personas: saludar (buenos días; tardes; etc.); ofrecer ayuda (que desea); si se conoce dirigirse al cliente por su apellido; despedirse al saludar (que tenga un buen día; Buenas Noches; etc.).
- El guía tendrá un trato amable con los clientes.
- La predisposición a atender de manera inmediata al usuario, el tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad), la capacidad para escuchar (se trata de que el usuario pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión).
- La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el usuario quiere comunicar.
- La capacidad de controlar la agresividad.
- La capacidad de sonreír.
- La capacidad de utilizar el idioma del cliente.
- El personal que se relaciona directamente con los clientes/grupos conoce al menos los idiomas oficiales de la comunidad autónoma y es capaz de transmitir información pertinente al servicio en un idioma extranjero entre los más utilizados por los demandas de la zona.
- El guía antes del recorrido debe poner especial énfasis al explicar las normas de comportamiento que debe mantener el visitante y/o grupo antes, durante y después del recorrido.
- El guía durante la excursión hará énfasis en la importancia de la conservación y protección del patrimonio natural, así como en la valoración del patrimonio cultural local.
- El guía debe mostrar puntualidad y cumplimiento con el horario planificado para el desarrollo de la excursión.
- En caso de no poder cumplir con el horario establecido lo deberá poner a consideración de los visitantes.
- Durante la excursión el guía deberá estar pendiente de todos los integrantes del grupo.
- El guía llevará un bolso con materiales que le sirvan durante el recorrido, dependiendo de la distancia programada (mapas, brújula, linterna, binoculares, alimentos de ser el caso), funda para recolección de basura, equipo móvil, sin descuidar un equipo básico de primeros auxilios, entre otros.

#### d. Productos complementarios

##### 1) Centro artesanal comunitario (elaboración de sombreros, bordados y artesanías)

###### a) Características

Dentro de la comunidad la elaboración de sombreros, bordados de camisa de mujer y otras artesanías son las actividades más solicitadas por los habitantes de la parroquia.

Cada actividad ocupa un lugar adecuado en la cultura local, por lo cual es necesario contar con los conocimientos básicos de los procesos de elaboración y por ende disponer de elementos decorativos e interpretativos en el centro artesanal de la localidad.

###### i. Decoración

###### - Ambientación interna

En el interior del lugar donde se elaboran los sombreros, artesanías y bordados se requiere implementar paneles informativos con el nombre de la maquinaria y la función que cumple cada una de ellas, así como del proceso artesanal manual.

**Cuadro N° 76:** Costo del panel informativo para bordados, artesanías y elaboración de sombreros.

<b>Rubros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Panel de madera	10	\$ 35.00	\$ 350.00
Pintura de panel esmalte	GLB		\$ 300.00
Pirograbado	GLB		\$ 360.00
<b>Total</b>			<b>\$ 950,00</b>

###### b) Diseño de la etiquetas para las artesanías

**Diseño N°06.** Etiqueta para las artesanías.



5,5 cm de ancho x 7,5 cm de largo cada una

## 2. Diseño de facilidades turísticas

### a. Senderos y Señalización

#### 1) Sendero a Muyu Urcu

La comunidad de El Morlán cuenta con un sendero que conecta diferentes atractivos turísticos pero no disponen de ningún tipo de señalización por lo cual se plantea la siguiente propuesta:

A través de este sendero se cuenta con los recursos naturales potenciales de la parroquia los cuales es necesario ubicar letreros orientativos, interpretativos y direccional, en los cuales se proporcionen informaciones básicas que permitirán al turista tener una mejor ubicación y conocimiento de los recursos del sendero.

#### a) Señalética orientativa

Se requiere un letrero orientativo al inicio del sendero que permita orientar al turista a cerca del grado de dificultad, reglas de comportamiento, distancia y tiempo, estos datos ayudara al visitante tener una idea general y clara de los recorridos.

El diseño del letrero será decorado al fondo con la mama Cotacachi (volcán Cotacachi) y el Mirador Muyu Urcu, al frente un árbol característico de la zona.

**b) Señalética interpretativa**

A través del sendero a Muyu Urcu se necesitan cuatro letreros interpretativos, los cuales indicarán las características naturales y culturales del lugar. El diseño de cada letrero interpretativo será el mismo para los tres senderos.

**c) Señalética direccional**

A través del sendero se cuenta con piedras y rocas los cuales facilita formar figuras de dirección, esto ayudaría a la ubicación del sendero.

**2) Sendero Cutacachi Urcu**

**a) Señalética orientativa**

El letrero orientativo se ubicara al inicio del sendero en la comunidad de Morlán en el sector Rucunis Pata, que contenga informaciones de acceso al volcán Cotacachi, por lo tanto esto ayudará a indicar la ubicación del sendero.

**b) Señalética interpretativa**

Para llegar volcán Cotacachi se requiere 3 horas de camino a partir de la comunidad de San Luis de la Carbonería, por tanto se necesita colocar dos letreros interpretativos, los cuales mostrarán las características naturales y culturales del lugar.

**c) Señalética direccional**

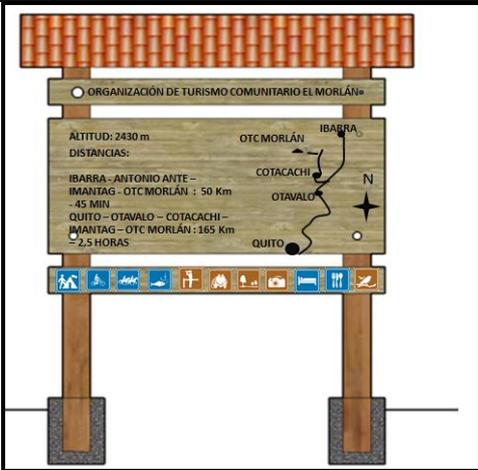
A través del sendero se cuenta con piedras y rocas los cuales facilita formar figuras de dirección, esto ayudaría a la ubicación del sendero.

### 3) Señalización en vías y caminos principales

Es necesario colocar una valla informativa de la OTC El Morlán indicando los servicios que oferta, la marca de la OTC, se debe ubicar en la vía principal de Pinaquí, partidero a Cotacachi, en la vía panamericana.

En la vía principal a Cotacachi en la plaza del sol, es estratégico ubicar un letrero orientativo, indicando la vía hacia El Morlán - Imantag, de la misma manera un letrero en la cabecera parroquial de Imantag orientado a la entrada a la comunidad de El Morlán.

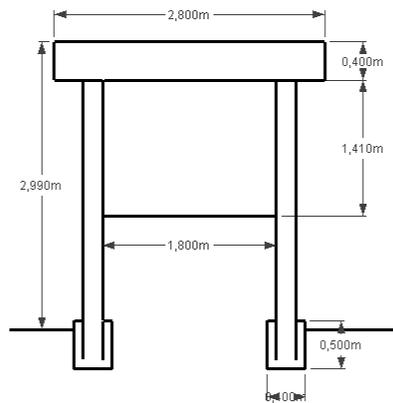
**Cuadro N° 77:** Diseños del sistema de señalización turística

<b>Nombre del medio:</b> Letrero orientativo de la OTC Morlán (Bienvenida)	
<b>Objetivo:</b> Orientar e informar al turista que desee visitar el centro turístico.	<b>Ubicación:</b> En el camino principal, centro de la comunidad, al frente de las cabañas.
	
<b>Diseño N° 07:</b> Letrero orientativo de la OTC Morlán	
<b>Leyenda:</b> Mapa de ubicación de la OTC y la comunidad, nombre del centro de turismo comunitario, pictograma de servicios y actividades turísticas en la OTC, ubicación, distancia y tiempo.	<b>Materiales:</b> El letrero constituye de 2.90 x 2.80 m con bases de hormigón de 0.40 x 0.40 cm x 0,5 m de plinto, con dos columnas de madera tratada de eucalipto 3.20 m de alto, cubierta de una estructura de madera y teja a dos aguas de 2.80 x 0.40 cm, a los dos lados. De la misma manera el panel informativo, consta de madera tratada, pintadas a mano.

	<b>Mano de obra:</b> Se trabajará con un pintor profesional y un ayudante para el trabajo total de la obra.																								
<b>Tiempo de ejecución:</b> El tiempo de ejecución del toda la obra son de 20 días laborables.	<b>Presupuesto:</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PRECIO POR UNIDAD</th> <th>PRECIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td>\$ 25,00</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera:</td> <td>\$ 30,00</td> </tr> <tr> <td>Plintos concreto</td> <td>\$ 40,00</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td>\$ 55,00</td> </tr> <tr> <td>Teja</td> <td>\$ 18,00</td> </tr> <tr> <td>Estructura del techo</td> <td>\$ 15,00</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td>\$20,00</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td>\$ 203,00</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td>\$ 50,75</td> </tr> <tr> <td>Impuestos Servicios Profesionales 12%</td> <td>\$ 30,45</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$ 284,20</b></td> </tr> </tbody> </table>	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO	Madera de eucalipto tratada:	\$ 25,00	Panel de madera:	\$ 30,00	Plintos concreto	\$ 40,00	Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00	Teja	\$ 18,00	Estructura del techo	\$ 15,00	Extras:	\$20,00	Sub Total	\$ 203,00	Mano de Obra 25%	\$ 50,75	Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 30,45	<b>Total</b>	<b>\$ 284,20</b>
PRECIO POR UNIDAD	PRECIO																								
Madera de eucalipto tratada:	\$ 25,00																								
Panel de madera:	\$ 30,00																								
Plintos concreto	\$ 40,00																								
Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00																								
Teja	\$ 18,00																								
Estructura del techo	\$ 15,00																								
Extras:	\$20,00																								
Sub Total	\$ 203,00																								
Mano de Obra 25%	\$ 50,75																								
Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 30,45																								
<b>Total</b>	<b>\$ 284,20</b>																								
<b>Observaciones:</b> Se utilizarán materiales acorde al medio.	<b>Mantenimiento:</b> Se requiere de supervisiones constantes del letrero.																								

**Cuadro N° 78:** Diseño del letrero orientativo para el sendero “Muyu Urcu”

<b>Nombre del medio:</b> Diseño del letrero orientativo para el sendero “Muyu Urcu”	
<b>Objetivo:</b> Orientar al turista sobre las características de los senderos de la OTC.	<b>Ubicación:</b> A la salida del OTC en el camino principal.
	



**Diseño N° 08:** Letrero orientativo para el sendero “Muyu Urcu”

<p><b>Leyenda:</b> Bienvenidos al sendero Muyu Urcu, ruta del sendero; características de los senderos como altitud, distancia y tiempo.</p>	<p><b>Materiales: Características Técnicas:</b> Se constituye una construcción de letrero Orientativo de 2.90 x 2.80 m con bases de hormigón de 0.40 x 0.40 cm x 0,5 m de plinto, con dos columnas de madera tratada de eucalipto 3.20 m de alto, cubierta de una estructura de madera y teja a dos aguas de 2.80 x 0.40 cm, a los dos lados.</p> <p>Panel informativo constituido de madera tratada de 1.40 x 1,80 m, a sujetados por las dos columnas, el cual contiene información de ubicación y fotografía, sobre ella trazado el sendero.</p> <p><b>Mano de obra:</b> Se diseñará con un profesional “pintor” al cual será necesario de un ayudante para el trabajo total de la obra.</p>																				
<p><b>Tiempo de ejecución:</b> El tiempo de ejecución de la obra es de 90 días laborables.</p>	<p><b>Presupuesto:</b></p> <table border="1" data-bbox="708 1536 1481 2016"> <thead> <tr> <th>PRECIO POR UNIDAD</th> <th>PRECIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td>\$ 75,00</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera:</td> <td>\$ 90,00</td> </tr> <tr> <td>Plintos concreto</td> <td>\$ 120,00</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td>\$ 55,00</td> </tr> <tr> <td>Teja</td> <td>\$ 54,00</td> </tr> <tr> <td>Estructura</td> <td>\$ 45,00</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td>\$ 20,00</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td>\$ 439,00</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td>\$ 109,75</td> </tr> </tbody> </table>	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO	Madera de eucalipto tratada:	\$ 75,00	Panel de madera:	\$ 90,00	Plintos concreto	\$ 120,00	Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00	Teja	\$ 54,00	Estructura	\$ 45,00	Extras:	\$ 20,00	Sub Total	\$ 439,00	Mano de Obra 25%	\$ 109,75
PRECIO POR UNIDAD	PRECIO																				
Madera de eucalipto tratada:	\$ 75,00																				
Panel de madera:	\$ 90,00																				
Plintos concreto	\$ 120,00																				
Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00																				
Teja	\$ 54,00																				
Estructura	\$ 45,00																				
Extras:	\$ 20,00																				
Sub Total	\$ 439,00																				
Mano de Obra 25%	\$ 109,75																				

	Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 65,85
	<b>Total</b>	\$ 614,60
<b>Observaciones:</b> Se utilizarán materiales acorde al medio.	<b>Mantenimiento:</b> Se requiere de revisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensuales de los senderos.	

**Cuadro N° 79:** Diseño del letrero interpretativo para el sendero “Muyu Urcu”

<b>Nombre del medio:</b> Letrero interpretativo para el sendero “Muyu Urcu”	
<b>Objetivo:</b> Interpretar los recursos existentes en la comunidad.	<b>Ubicación:</b> A través del sendero.
<b>Diseño N° 09:</b> Letrero interpretativo para el sendero “Muyu Urcu”	
<b>Leyenda:</b> Especie nativa como el puma maqui, con su respectiva fotografía, temas y tópicos para la interpretación ambiental y cultural.	<b>Materiales:</b> Características Técnicas: El letrero interpretativo para la construcción es de 2.50 x 1.50 m con bases de hormigón de 0.35 x 0.35 m x 0,35 m de plinto, con dos columnas de madera tratada de eucalipto 2,45 m de alto, cubierta de una estructura de madera y teja a dos aguas de 1.50 x 0.47 cm, a los dos lados. Panel informativo constituido de madera tratada de 0.90 x 1,30 m, a sujetados por las dos columnas, en donde contendrá informaciones de flora y fauna nativa de la misma

	manera informaciones del pueblo Imantag en la comunidad de El Morlán.																								
	<b>Mano de obra:</b> Se diseñará con un profesional “pintor” al cual será necesario de un ayudante para el trabajo total de la obra.																								
<b>Tiempo de ejecución:</b> El tiempo de ejecución de la obra es de 60 días laborables.	<b>Presupuesto:</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PRECIO POR UNIDAD</th> <th>PRECIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td>\$ 60,00</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera:</td> <td>\$ 90,00</td> </tr> <tr> <td>Plintos concreto</td> <td>\$ 80,00</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td>\$ 55,00</td> </tr> <tr> <td>Teja</td> <td>\$ 36,00</td> </tr> <tr> <td>Estructura</td> <td>\$ 45,00</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td>\$ 20,00</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td>\$ 386,00</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td>\$ 96,50</td> </tr> <tr> <td>Impuestos Servicios Profesionales 12%</td> <td>\$ 42,32</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$ 528,82</b></td> </tr> </tbody> </table>	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO	Madera de eucalipto tratada:	\$ 60,00	Panel de madera:	\$ 90,00	Plintos concreto	\$ 80,00	Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00	Teja	\$ 36,00	Estructura	\$ 45,00	Extras:	\$ 20,00	Sub Total	\$ 386,00	Mano de Obra 25%	\$ 96,50	Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 42,32	<b>Total</b>	<b>\$ 528,82</b>
PRECIO POR UNIDAD	PRECIO																								
Madera de eucalipto tratada:	\$ 60,00																								
Panel de madera:	\$ 90,00																								
Plintos concreto	\$ 80,00																								
Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00																								
Teja	\$ 36,00																								
Estructura	\$ 45,00																								
Extras:	\$ 20,00																								
Sub Total	\$ 386,00																								
Mano de Obra 25%	\$ 96,50																								
Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 42,32																								
<b>Total</b>	<b>\$ 528,82</b>																								
<b>Observaciones:</b> Se utilizarán materiales acorde al medio.	<b>Mantenimiento:</b> Se requiere de revisiones semanales de cada letrero y una limpieza mensuales de los senderos.																								

**Cuadro N° 80.** Ubicación de los letreros interpretativos “Muyu Urcu”

N°	Medio Interpretativo
<b>Señalética Orientativa</b>	
<b>1</b>	En el camino principal frente al centro turístico en el partidero al sendero.
<b>Señalética Interpretativa</b>	
<b>1</b>	A la primera curva del letrero orientativa. (Uchilla Muyu Urcu)
<b>2</b>	A 100 m del anterior
<b>3</b>	A 100 m del anterior

4	100 m del anterior
<b>Señalética Direccional</b>	
1	A 40 m. del OTC Morlán
2	En el sector el Tapial
3	En el sector Yacu Pata.
4	Antes de llegar a Uchilla Muyu Urcu

**Cuadro N°81:** Diseño del letrero orientativo para el sendero “Cutacachi Urcu”

<b>Nombre del medio:</b> Letrero orientativo para el sendero “Cutacachi Urcu”	
<b>Objetivo:</b> Orientar al turista sobre las características de los dos senderos.	<b>Ubicación:</b> Dentro de la comunidad, en el camino principal hacia Catzo Pampa.
<b>Diseño N° 10:</b> Letrero orientativo para el sendero “Cutacachi Urcu”	
<b>Leyenda:</b> Sendero de <i>Cutacachi Urcu</i> , mapa del sendero y características de los senderos como altitud, distancia y tiempo.	<b>Materiales:</b> Letrero Orientativo con medidas de 2,50 x 2 m, con bases de hormigón de 0,40 x 0,40 cm x 0,5 m de plinto, con dos columnas de madera tratada de 10 x 10 cm y 2,45 m de alto, cubierta de una estructura de madera y teja. El panel orientativo será de madera tratada de 1,20 x 1,2 m, a sujetado por las dos columnas.

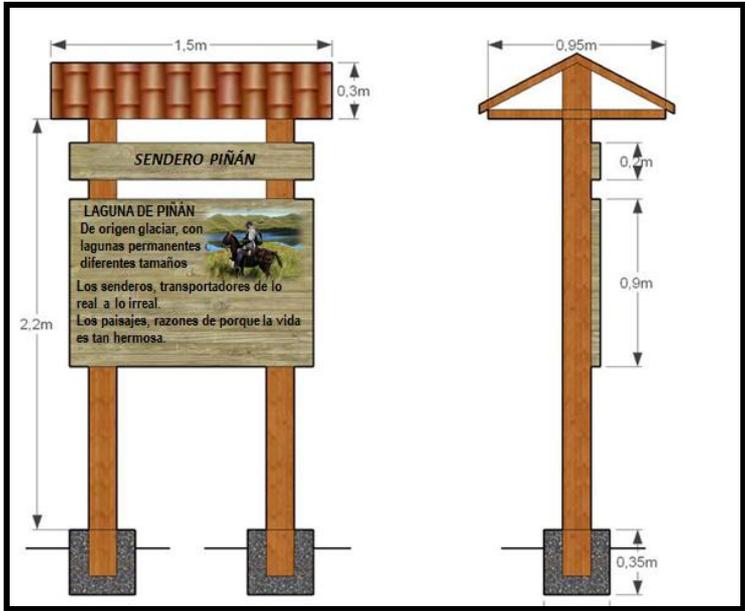
	<p>El contenido en el panel se plegará imágenes reales como del volcán Cotacachi, el tiempo de recorrido, distancia aproximado del sendero, rango altitudinal y debe ser un mapa general del recorrido.</p> <p><b>Mano de obra:</b> Se trabajará con profesionales acorde a la necesidad para la culminación de la obra.</p>																								
<p><b>Tiempo de ejecución:</b> El tiempo de ejecución de toda la obra son de 90 días laborables.</p>	<p><b>Presupuesto:</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>PRECIO POR UNIDAD</th> <th>PRECIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td>\$ 75,00</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera:</td> <td>\$ 90,00</td> </tr> <tr> <td>Plintos concreto</td> <td>\$ 120,00</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td>\$ 55,00</td> </tr> <tr> <td>Teja</td> <td>\$ 54,00</td> </tr> <tr> <td>Estructura</td> <td>\$ 45,00</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td>\$ 20,00</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td>\$ 439,00</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td>\$ 109,75</td> </tr> <tr> <td>Impuestos Servicios Profesionales 12%</td> <td>\$ 65,85</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$ 614,60</b></td> </tr> </tbody> </table>	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO	Madera de eucalipto tratada:	\$ 75,00	Panel de madera:	\$ 90,00	Plintos concreto	\$ 120,00	Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00	Teja	\$ 54,00	Estructura	\$ 45,00	Extras:	\$ 20,00	Sub Total	\$ 439,00	Mano de Obra 25%	\$ 109,75	Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 65,85	<b>Total</b>	<b>\$ 614,60</b>
PRECIO POR UNIDAD	PRECIO																								
Madera de eucalipto tratada:	\$ 75,00																								
Panel de madera:	\$ 90,00																								
Plintos concreto	\$ 120,00																								
Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00																								
Teja	\$ 54,00																								
Estructura	\$ 45,00																								
Extras:	\$ 20,00																								
Sub Total	\$ 439,00																								
Mano de Obra 25%	\$ 109,75																								
Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 65,85																								
<b>Total</b>	<b>\$ 614,60</b>																								
<p><b>Observaciones:</b> Se utilizarán materiales acorde al medio.</p>	<p><b>Mantenimiento:</b> Se requiere revisiones constantes de cada letrero y una limpieza mensual de los senderos.</p>																								

**Cuadro N° 82:** Ubicación de los letreros interpretativos “Cutacachi Urcu”

N°	Medio Interpretativo
<b>Señalética Orientativa</b>	
1	En el camino principal vía a Catzo pampa frente al centro turístico.
2	En Yacu Pata (partidero a sendero Muyu Urcu)
<b>Señalética Interpretativa</b>	
1	Sector el molino en la entrada
2	En las orillas del río Alambi
3	Cerca de la cascada Caballito
<b>Señalética Direccional</b>	
1	En Yacupata
2	En la Carbonería
3	En la quebrada Caballito
4	Desvío Tushila
5	Comienzo pajonal

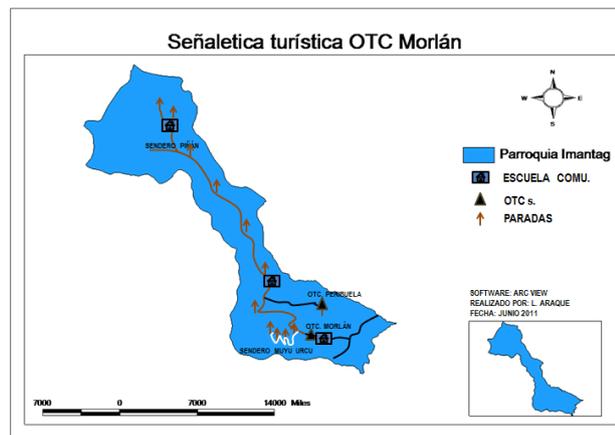
6	Primera planada
7	Cóndor rrumi

**Cuadro N° 83:** Diseño de los letreros interpretativos para el Sendero “Cutacachi Urcu”

<b>Nombre del medio: Letreros interpretativos para el Sendero “Cutacachi Urcu”</b>	
<b>Objetivo:</b> Interpretar al turista sobre los recursos de la localidad y el senderos de la OTC.	<b>Ubicación:</b> A través del sendero.
	
<b>Diseño N° 11:</b> Letreros interpretativos para el Sendero “Cutacachi Urcu”	
<b>Leyenda:</b> Atractivo principal como es el cerro Cotacachi y la laguna de Piñán, recursos de flora y fauna nativa, temas y tópicos para la interpretación ambiental y cultural.	<b>Materiales:</b> El letrero interpretativo de 2.50 x 1.50 m con bases de hormigón simple de 0.35 x 0.35 m x 0,35 m de plinto, con dos columnas de madera tratada de eucalipto 2,45 m de alto, cubierta de una estructura de madera y teja a dos aguas de 1.50 x 0.47 cm, a los dos lados. Panel informativo constituido de madera tratada de 0.90 x 1,30 m, en donde contendrá información los atractivos turísticos que se visitará a través del sendero, así mismo información de flora y fauna nativa.

	<b>Mano de obra:</b> Se trabajará con profesionales que se estime necesario para le realización de la obra.																								
<b>Tiempo de ejecución:</b> El tiempo de ejecución del toda la obra son de 60 días laborables.	<b>Presupuesto:</b>																								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>PRECIO POR UNIDAD</th> <th>PRECIO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Madera de eucalipto tratada:</td> <td>\$ 60,00</td> </tr> <tr> <td>Panel de madera:</td> <td>\$ 90,00</td> </tr> <tr> <td>Plintos concreto</td> <td>\$ 80,00</td> </tr> <tr> <td>Pintura de panel esmalte:</td> <td>\$ 55,00</td> </tr> <tr> <td>Teja</td> <td>\$ 36,00</td> </tr> <tr> <td>Estructura</td> <td>\$ 45,00</td> </tr> <tr> <td>Extras:</td> <td>\$ 20,00</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td>\$ 386,00</td> </tr> <tr> <td>Mano de Obra 25%</td> <td>\$ 96,50</td> </tr> <tr> <td>Impuestos Servicios Profesionales 12%</td> <td>\$ 42,32</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$ 528,82</b></td> </tr> </tbody> </table>	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO	Madera de eucalipto tratada:	\$ 60,00	Panel de madera:	\$ 90,00	Plintos concreto	\$ 80,00	Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00	Teja	\$ 36,00	Estructura	\$ 45,00	Extras:	\$ 20,00	Sub Total	\$ 386,00	Mano de Obra 25%	\$ 96,50	Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 42,32	<b>Total</b>	<b>\$ 528,82</b>
	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO																							
	Madera de eucalipto tratada:	\$ 60,00																							
	Panel de madera:	\$ 90,00																							
	Plintos concreto	\$ 80,00																							
	Pintura de panel esmalte:	\$ 55,00																							
	Teja	\$ 36,00																							
	Estructura	\$ 45,00																							
	Extras:	\$ 20,00																							
	Sub Total	\$ 386,00																							
	Mano de Obra 25%	\$ 96,50																							
Impuestos Servicios Profesionales 12%	\$ 42,32																								
<b>Total</b>	<b>\$ 528,82</b>																								
<b>Observaciones:</b> Se utilizarán materiales acorde al medio.	<b>Mantenimiento:</b> Se requiere revisiones constantes de cada letrero y una limpieza mensual de senderos.																								

#### 4) Croquis de ubicación de señalética turística de la OTC El Morlán



**Gráfico N° 40.** Croquis de la ubicación de los letreros en los senderos Muyu Urcu y Cutacachi Urcu.

### 5) Detalle de costos de la señalización turística

**Cuadro N° 84.** Detalle del costo de señalización turística de la OTC El Morlán

<b>Rubro</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Letreros orientativos	Global	4	\$ 614,60	\$ 2.468,40
Letreros interpretativos	Global	12	\$528,82	\$ 4.686,77
Letrero identificativo	Global	1	\$ 284,20	\$ 284,20
Señalética T. Valla	Global	3	\$3.500,00	\$ 10.500
<b>Sub total</b>				<b>\$ 17.939,37</b>
Imprevistos 10%				<b>\$ 1.793,83</b>
<b>Costo Total</b>				<b>\$ 19.733,20</b>

### 3. Empaquetamiento

#### a. Circuito

El cantón Cotacachi se caracteriza por poseer atractivos naturales y culturales potenciales de la provincia de Imbabura, los mismos constituyen elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad turística en el cantón.

La comunidad de El Morlán guarda valores naturales y culturales sumamente importantes de la parroquia de Imantag, que se expresa mediante la presencia del histórico pueblo Imantag llenos de sabidurías y tradiciones culturales, en las cercanías de la Mama Cotacachi en las que constituyen importantes atractivos turísticos dela comunidad.

#### b. Potencialidad turística

Se componen diferentes actividades turísticas a través del circuito de la comunidad como: la forma de vida del pueblo Imantag en la comunidad de El Morlán, el Mirador Muyu Urcu, Vertiente de Yerba Buena, Bosque primario de Peribuela, la Cascada de Caballito, el Volcán Cotacachi, estos atractivos turísticos ubicándose dentro de la jerarquía II y III, formando el potencial turístico del circuito, los cuales posibilitan para el aprovechamiento turístico de forma sostenible.

### c. Actividades

El circuito turístico de la comunidad El Morlán, utilizará los atractivos turísticos de jerarquía III y II por ser considerados los más destacados de la zona y que permiten realizar una variada gama de actividades turísticas, a continuación se especifica tanto atractivos como actividades turísticas que se incluyen en el circuito.

**Cuadro N° 85:** Atractivos turísticos y actividades turísticas de El Morlán.

Atractivos turísticos	Actividades turísticas
Pueblo Imantag	- Camping
Comunidad El Morlán	- Ciclismo
Mirador Muyu Urcu	- Convivencia con la población
Vertiente de Yerba Buena	- Cabalgata
Bosque primario de Peribuela	- Caminata
Cascada de Caballito	- Shamanismo
Volcán Cotacachi	

### d. Diseño de paquetes turísticos

El diseño de paquetes turísticos para la comunidad de El Morlán ofertará tres paquetes turísticos que se detallan a continuación:

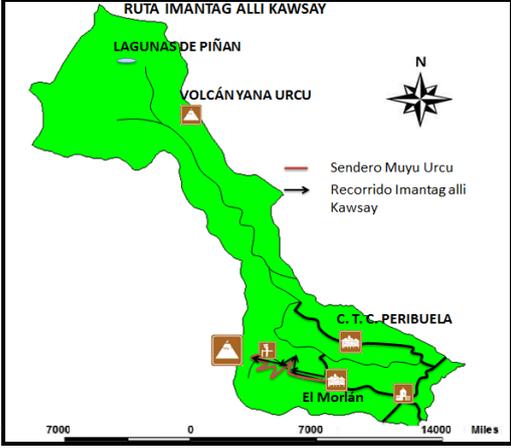
- Imantag Alli Kawsay
- Muyu Urcu
- Cotacachi Razu Mama.

#### 1) Paquete Imantag Alli Kawsay

**Cuadro N° 86:** Paquete Imantag Alli Kawsay

<b>Paquete N° 01</b>		
<b>Denominación:</b> Imantag Alli Kawsay		
<b>Código:</b> CTCM-01	<b>Carácter:</b> Turismo Cultural	<b>Estilo:</b> Trekking
<b>Dificultad:</b> Moderado	<b>Idioma de guianza:</b> Inglés – español	<b>Duración:</b> Undía
<b>Recorrido:</b> Otavalo – Cotacachi – Imantag – El Morlán.		

<b>Centro de operaciones:</b> Centro de turismo comunitario El Morlán			
<b>Itinerario</b>			
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>	
<b>Día 1</b>	08:00	Encuentro en el Centro de Operaciones “Ayllu Kawsay Tours”, presentación del Guía e indicaciones generales	
	10:00	Visita a la C T C. Morlán, información de las principales características del lugar, recorrido por los centros de elaboración de artesanías, (objetos papel reciclados, bordados, canastos y sombreros)	
	12:00	Inicio del recorrido hacia el vertiente Yerba Buena para realizar la actividad de shamanismo	
	13:30	Almuerzo sobre el Mirador	
	14:30	Convivencia con la población y visita al huerto comunitario.	
	16:30	Entrega de pequeños souvenirs (recuerdos) y despedida.	
<b>Descripción del paquete</b>			
En la mañana se arribará a la comunidad, Centro de Turismo Comunitario El Morlán, donde la población le recibirá con mucha amabilidad para realizar diferentes actividades como:Convivencia con la población, fotografía, intercambio cultural, observación de la flora y fauna silvestre, participación en el procedimiento artesanal y senderismo. Ya en la tarde se regresará a la ciudad de Otavalo para su respectivodescanso.			
<b>Requerimientos para la visita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales para el registro de clientes</li> <li>- Ropa abrigada e impermeable, guantes, bufanda, gorra para el sol</li> <li>- Poncho de aguas</li> <li>- Protector solar</li> <li>- Gafas</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Equipos de sonido</li> <li>- Armas blancas y de fuego.</li> </ul>		
<b>Normas de comportamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No arrojar basura</li> <li>- No recolectar especies de flora y fauna</li> <li>- No destruir infraestructura y materiales</li> <li>- Mantener en silencio en lugares vulnerables de fauna.</li> </ul>		
<b>Paquete incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte: (Desde Otavalo a Morlán y viserversa)</li> <li>- Alimentación: un almuerzos (plato fuerte, postre y refresco).</li> <li>- Guía Nativo: 2 guías por 10 pax.</li> <li>- Entrada al proyecto comunitario de la Comunidad El Morlán.</li> <li>- Un souvenir</li> </ul>	<b>Paquete no incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comidas ni bebidas extras</li> <li>Gastos personales o en productos</li> <li>Propinas</li> <li>Artesanías adicionales</li> </ul>
<b>Facilidades turísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El servicio de transporte será prestado mediante una furgoneta contratada.</li> <li>- El almuerzo será proporcionado por el CTC El Morlán.</li> <li>- El box lunch será preparado por el CTC El Morlán.</li> <li>- Disponer de botiquín de primeros auxilios.</li> </ul>		

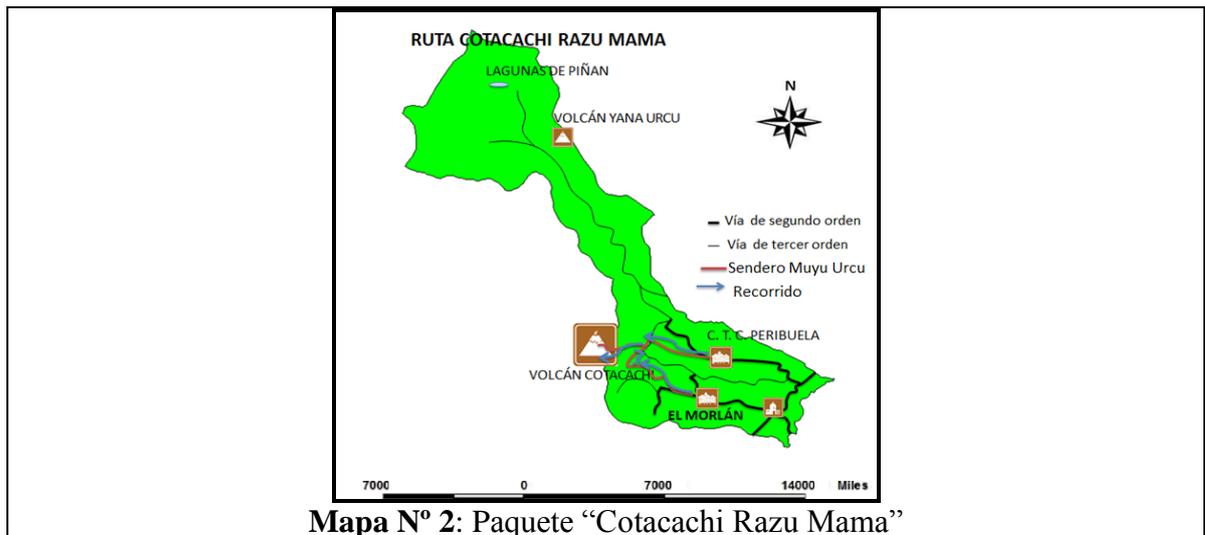
<b>Precio</b>	De 2 pax \$ 54,00 De 3 a 4 \$ 40,00 De 5 a 10 \$ 37,00
<b>Mapa temático del recorrido “Imantag Alli Kawsay”</b> 	
<b>Kawsay”</b> <b>Mapa N° 01.Paquete “Imantag Alli Kawsay”</b>	

## 2) Paquete dos Cotacachi Mama Razu

**Cuadro N° 87:** Paquete Cotacachi Mama Razu

<b>Paquete N° 02</b>		
<b>Denominación:</b> “ Cotacachi Mama Razu ”		
<b>Código:</b> CTCM-02	<b>Carácter:</b> Turismo comunitario y Ecoturismo	<b>Estilo:</b> Trekking
<b>Dificultad:</b> Difícil	<b>Idioma de guianza:</b> Inglés - español	<b>Duración:</b> Dos días
<b>Recorrido:</b> Otavalo – Cotacachi – Imantag – El Morlán.		
<b>Centro de operaciones:</b> Centro de turismo comunitario El Morlán		
<b>Itinerario</b>		
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>
<b>Día 1</b>	08:00	Encuentro en el Centro de Operaciones El Morlán presentación del Guía e indicaciones generales.
	10:00	Visita a la CTC. Morlán, información de las principales características del lugar, recorrido por los centros de elaboración de artesanías, (objetos papel reciclados, bordados, canastos y sombreros).
	12:00	Inicio de la caminata o cabalgata siguiendo el sendero al Volcán Cotacachi por las cercanías del bosque protector Peribuela. A través de la caminata se apreciara especies de aves de alta montaña como: gavián, curiquingues y cóndor.
	17:00	Llegada y armada de carpas.
<b>Día dos</b>	08:30	Inicio de la caminata de regreso hacia la OTC Morlán.
	12:00	Visita a la cascada de caballito en la comunidad de San Luis de la Carbonería.
	13:00	Entrega de recuerdos a los visitantes. Fin de servicio
<b>Descripción del paquete</b>		

<p>En la mañana se arribará al Centro de Turismo Comunitario El Morlán, la población lo recibirá con mucha amabilidad para realizar diferentes actividades turísticas como: Fotografía, intercambio cultural, observación de la flora y fauna silvestre y senderismo, a través del sendero que conduce hasta llegar al volcán Cotacachi.</p> <p>Al día siguiente se partirá de regreso, donde se visitará la cascada de caballito, la flora y fauna típica del lugar.</p>			
<b>Requerimientos para la visita</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales para el registro de clientes</li> <li>- Ropa abrigada e impermeable, guantes, bufanda, gorra para el sol y para el frío.</li> <li>- Poncho de aguas</li> <li>- Protector solar</li> <li>- Gafas</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>	
<b>Prohibiciones</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Equipos de sonido</li> <li>- Armas blancas y de fuego.</li> </ul>	
<b>Normas de comportamiento</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- No arrojar basura</li> <li>- No recolectar especies de flora y fauna</li> <li>- No destruir infraestructura y materiales</li> <li>- Mantener en silencio en lugares vulnerables de fauna.</li> </ul>	
<b>Paquete incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte: Otavalo - Morlán</li> <li>- Alimentación: dos almuerzos, una merienda y un desayuno.</li> <li>- Guía Nativo</li> <li>- Entrada al proyecto comunitario de la Comunidad El Morlán.</li> <li>- Un souvenir</li> </ul>	<b>Paquete no incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comidas ni bebidas extras</li> <li>Gastos personales o en productos</li> <li>Propinas</li> <li>Artesanías adicionales</li> </ul>
<b>Facilidades turísticas</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- El servicio de transporte será prestado mediante una furgoneta contratada.</li> <li>- El almuerzo se lo brindará por el CTC El Morlán.</li> <li>- El box lunch será preparado por el CTC El Morlán.</li> <li>- Disponer de botiquín de primeros auxilios.</li> </ul>	
<b>Observaciones</b>		El paquete empezará en la mañana.	
<b>Precio</b>		De 2 pax \$ 97,00 De 3 a 4 \$ 83,00 De 5 a 10 \$ 80,00	
<b>Mapa temático del recorrido “Cotacachi Razu Mama”</b>			

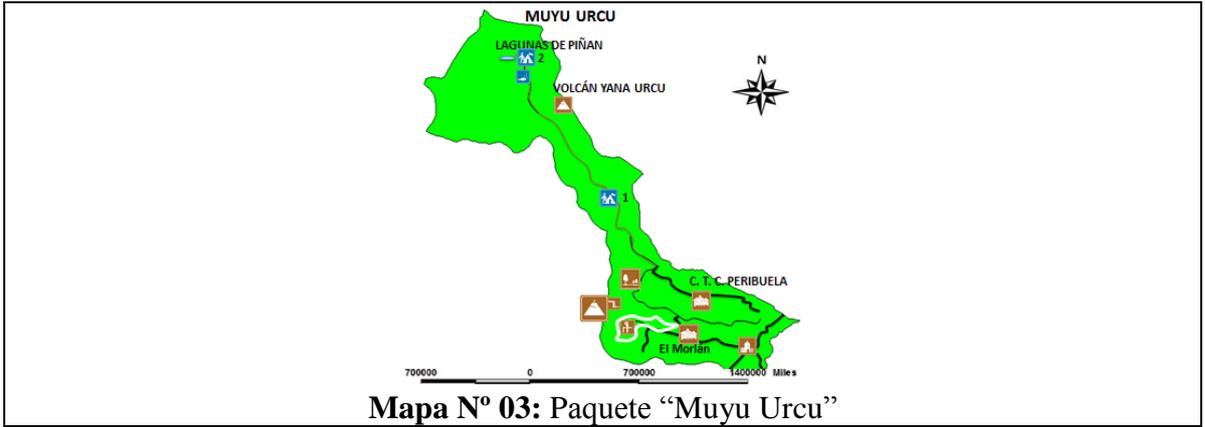


### 3) Paquete tres Muyu Urcu

**Cuadro N° 88: PaqueteMuyu Urcu**

<b>Paquete N° 03</b>		
<b>Denominación:</b> "Muyu Urcu"		
<b>Código:</b> CTCM-03	<b>Carácter:</b> Turismo Cultural y Natural	<b>Estilo:</b> Trekking
<b>Dificultad:</b> Fácil	<b>Idioma de guianza:</b> Inglés – español	<b>Duración:</b> Dos días
<b>Recorrido:</b> Otavalo – Cotacachi – Imantag – El Morlán.		
<b>Centro de operaciones:</b> Centro de turismo comunitario El Morlán		
<b>Itinerario</b>		
<b>Día</b>	<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>
<b>Día 1</b>	08:00	Encuentro en centro de operaciones El Morlán, presentación del Guía, inicio del recorrido a través del sendero Muyu Urcu, donde se cruzarán dos sectores como Yacu Pata, uchilla Muyu Urcu, y Ucsha Chupa. Se visitará la vertiente Catzo pampa.
	12:00	Se ascenderá al Mirador (Muyu Urcu), donde se aprecia especies de flora y fauna nativa, así mismo volcanes como: Imbabura, Cotacachi, Fuya Fuya, Chiles, Cayambe y Yana Urcu.
	13:00	Almuerzo comunitario sobre el mirador.
	14:30	Retorno al CTC El Morlán.
	16:30	Visita talleres artesanales (Bordados de camisa de mujer, elaboración de sombreros y elaboración de artesanías en general)
	19:00	Cena
	20:00	Noche cultural (presentación de grupos de danza y música autóctona)
<b>Día dos</b>	06:00	Observación de aves en el bosque Primario Cruz Loma y Chivo Nán.
	08:00	Desayuno
	09:00	Retorno a la comunidad de El Morlán, entrega de recuerdos y despedida.
<b>Descripción del paquete</b>		
En la mañana del primer día se arribará a la comunidad de El Morlán, donde la amabilidad		

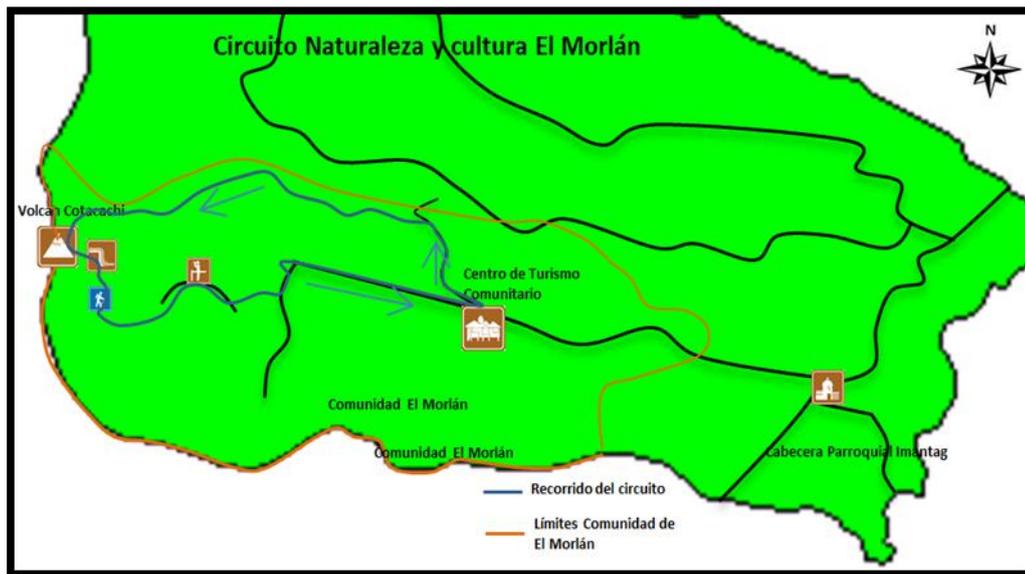
<p>de la gente será única del lugar, seguidamente se procederá a visitar, el Mirador Muyu Urcu, a través del transcurso del tiempo se podrá realizar convivencia con la población, intercambio cultural, cabalgatas, senderismo, observación de la flora y fauna silvestre y tomar fotografía.</p> <p>En la madrugada del segundo día será la oportunidad de realizar una caminata hacia el bosque primario de la comunidad con el fin de observar aves característicos de la zona andina, de la misma manera especies de flora.</p>			
<b>Requerimientos para la visita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales para el registro de clientes</li> <li>- Ropa abrigada e impermeable, guantes, bufanda, gorra para el sol y para el frío</li> <li>- Poncho de aguas</li> <li>- Protector solar</li> <li>- Gafas</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>		
<b>Prohibiciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bebidas alcohólicas</li> <li>- Equipos de sonido</li> <li>- Armas blancas y de fuego.</li> </ul>		
<b>Normas de comportamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No arrojar basura</li> <li>- No recolectar especies de flora y fauna</li> <li>- No destruir infraestructura y materiales</li> <li>- Mantener en silencio en lugares vulnerables de fauna.</li> </ul>		
<b>Paquete incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Transporte: Otavalo-Morlán-Otavalo</li> <li>- Hospedaje: Alberges</li> <li>- Alimentación: 1 cena, desayuno y 2 almuerzo</li> <li>- Guías Nativos: Entrada a los proyectos comunitario de la OTC Morlán. Un souvenir a cargo de la OTC Morlán.</li> </ul>	<b>Paquete no incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comidas ni bebidas extras</li> <li>Gastos personales o en productos</li> <li>Propinas</li> <li>Artesanías</li> </ul>
<b>Facilidades turísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El servicio de transporte será prestado mediante una furgoneta contratada.</li> <li>- El almuerzo se lo brindará por el CTC El Morlán.</li> <li>- El box lunch será preparado por el CTC El Morlán.</li> <li>- Disponer de botiquín de primeros auxilios.</li> </ul>		
<b>Observaciones</b>	El paquete empezará en la mañana.		
<b>Precio</b>	De 2 pax \$ 110,00 De 3 a 4 \$ 89,00 De 5 a 10 \$ 85,00		
<b>Mapa temático de la ruta “Muyu Urcu”</b>			



e. Mapa temático del circuito turístico del CTC El Morlán



Gráfico N° 41: Mapa de ubicación de la comunidad de El Morlán



**Gráfico N° 42:** Mapa del circuito turístico Naturaleza y Cultura de la comunidad de El Morlán

**f. Requerimientos de operación general del CTC EL Morlán**

- Programa de formación y capacitación de técnicos en competencias turísticas a la población beneficiarias de forma directa en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad a través del circuito.
- Programa de tecnificación y capacitación, en la elaboración y comercialización de artesanías.
- Implementación y mejoramiento del sendero y señalética turística, en la comunidad y la parroquia.
- Difusión turística integral.
- Planes de revitalización cultural.
- Plan de manejo ambiental para el cuidado y protección de los recursos naturales de la zona.
- Disponibilidad y mejoramiento de la infraestructura turística básica.

## 5. Análisis de Costos de los paquetes

### a. Costo del paquete “Imantag Alli Kawsay”

**Cuadro N° 89:** Detalle del costo del paquete “Imantag Alli Kawsay”

<b>ESTRUCUTRACION DEL COSTO DEL PAQUETE</b>		<b>IMANTAG ALLI KAWSAY</b>		
DURACION		UN DIA		
COSTO DEL TOUR		RANGO DE PAX		
COSTOS GENERALES DEL TOUR		2	4	10
Transporte	25,00	25,00	25,00	50,00
Guía	20,00	20,00	20,00	40,00
<b>Total costos generales (1)</b>		<b>45,00</b>	<b>45,00</b>	<b>90,00</b>
costos individuales por pax				
Box lunch	2,50	5,00	5,00	5,00
Almuerzo	4,50	9,00	9,00	9,00
Entrada Granjas familiares	2,00	2,00	2,00	2,00
Entrada centros artesanales	2,00	2,00	2,00	2,00
Artesanía	1,50	1,50	1,50	1,50
<b>total costos individuales (2)</b>		<b>19,50</b>	<b>19,50</b>	<b>19,50</b>
TOTALES				
<b>Total costos generales (1)</b>		<b>45,00</b>	<b>45,00</b>	<b>90,00</b>
<b>Total costos individuales (2)</b>		<b>19,50</b>	<b>19,50</b>	<b>19,50</b>
Fondo comunitario (10%)		4,20	3,08	2,85
Precio neto		46,20	33,83	31,35
Utilidad 15%		54,35	39,79	36,88
Subtotal		54,35	39,79	36,88
<b>Precio de venta final</b>		<b>54,00</b>	<b>40,00</b>	<b>37,00</b>

### b. Costo del paquete “Cotacachi Mama Razu”

**Cuadro N°90:** Detalle del costo del paquete “Cotacachi Mama Razu”

<b>ESTRUCUTRACION DEL COSTO DEL PAQUETE</b>		<b>RAZU MAMA</b>
DURACION		DOS DIAS UNA NOCHE

<b>ESTRUCUTRACION DEL COSTO DEL PAQUETE</b>		<b>RAZU MAMA</b>		
COSTO DEL TOUR		<b>RANGO DE PAX</b>		
COSTOS GENERALES DEL TOUR		2	4	10
Transporte	25,00	25,00	25,00	50,00
Guía	20,00	20,00	20,00	40,00
<b>Total costos generales (1)</b>		<b>45,00</b>	<b>45,00</b>	<b>90,00</b>
costos individuales por pax				
Box lunch	2,50	5,00	5,00	5,00
Alojamiento (Camping)	6,00	6,00	6,00	6,00
Desayuno	4,00	4,00	4,00	4,00
Almuerzo	4,00	8,00	8,00	8,00
Cena	4,00	4,00	4,00	4,00
Alquiler caballos por día	9,00	18,00	18,00	18,00
Entrada RECC	2,00	2,00	2,00	2,00
Entrada centros artesanales	2,00	2,00	2,00	2,00
Artesanía	1,50	1,50	1,50	1,50
Ingreso Bosque Protector Peribuela	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>Total costos individuales (2)</b>		<b>52,50</b>	<b>52,50</b>	<b>52,50</b>
TOTALES				
<b>Total costos generales (1)</b>		<b>45,00</b>	<b>45,00</b>	<b>90,00</b>
<b>Total costos individuales (2)</b>		<b>52,50</b>	<b>52,50</b>	<b>52,50</b>
Fondo comunitario (10%)		7,50	6,38	6,15
Precio neto		82,50	70,13	67,65
Utilidad 15%		97,06	82,50	79,59
Subtotal		97,06	82,50	79,59
<b>Precio de venta final</b>		<b>97,00</b>	<b>83,00</b>	<b>80,00</b>

**c. Costo del paquete Muyu Urcu**

**Cuadro N° 91:** Detalle del costo del paquete “Muyu Urcu”

<b>ESTRUCUTRACION DEL COSTO DEL PAQUETE</b>		<b>MUYU URUCU</b>		
DURACION		<b>DOS DIAS UNA NOCHE</b>		
COSTO DEL TOUR		<b>RANGO DE PAX</b>		
COSTOS GENERALES DEL TOUR		2	4	10
Transporte	25,00	25,00	25,00	50,00

<b>ESTRUCUTRACION DEL COSTO DEL PAQUETE</b>		<b>MUYU URCU</b>		
Intercambio cultural	20,00	20,00	20,00	40,00
Guía	20,00	20,00	20,00	40,00
<b>Total costos generales (1)</b>		<b>65,00</b>	<b>65,00</b>	<b>130,00</b>
costos individuales por pax				
Box lunch	2,50	5,00	5,00	5,00
Alojamiento	10,00	10,00	10,00	10,00
Desayuno	4,00	4,00	4,00	4,00
Almuerzo	4,00	8,00	8,00	8,00
Cena	4,00	4,00	4,00	4,00
Alquiler caballos por día	9,00	18,00	18,00	18,00
Entrada centros artesanales	2,00	2,00	2,00	2,00
Artesanía	1,50	1,50	1,50	1,50
<b>Total costos individuales (2)</b>		<b>52,50</b>	<b>52,50</b>	<b>52,50</b>
<b>TOTALES</b>				
<b>Total costos generales (1)</b>		<b>65,00</b>	<b>65,00</b>	<b>130,00</b>
<b>Total costos individuales (2)</b>		<b>52,50</b>	<b>52,50</b>	<b>52,50</b>
Fondo comunitario (10%)		8,50	6,88	6,55
Precio neto		93,50	75,63	72,05
Utilidad 15%		110,00	88,97	84,76
Subtotal		110,00	88,97	84,76
<b>Precio de venta final</b>		<b>110,00</b>	<b>89,00</b>	<b>85,00</b>

## 6. Cotización de tarifas para los servicios del CTC EL Morlán

**Gráfico N° 92:** Cotización de tarifas para los servicios del CTC EL Morlán

<b>Transporte por flete</b>	<b>Precio</b>
Ruta: Otavalo – CTC El Morlán – Otavalo ida y regreso	\$ 25,00
<b>Guianza</b>	<b>Precio</b>
1 Día	\$ 20
<b>Hospedaje</b>	<b>Precio</b>
CTCM002	\$ 6,00
CTCM003	\$ 6,00
<b>Cabalgata por día</b>	<b>Precio</b>
Un pax	\$ 9,00
<b>Noche cultural</b>	<b>Precio</b>
Música/danza/bebidas	\$ 20,00
<b>Convivencia comunitaria</b>	<b>Precio</b>

<b>Transporte por flete</b>	<b>Precio</b>
Centro artesanal/cultivo de plantas nativas por grupo	<b>\$ 20,00</b>

### **7. Punto de equilibrio de los paquetes turísticos**

Tomando en consideración las estimaciones para la implementación de la planta turística, como hospedaje, alimentación, paquetes turísticos y facilidades turísticas complementarias, se ha establecido la cuota objetivo del mercado a captar, que es de 1,4% anual de la demanda insatisfecha determinada, mismo que en el primer año (2013) es de 539 turistas, tomando en cuenta solo la demanda extranjera.

De acuerdo al estudio de mercado el 26% de los turistas optarían por adquirir el paquete “Imantag Alli Kawsay”, el 38 % el paquete “Cotacachi Razu Mama” y el 36 % el paquete Muyu Urcu.

**Cuadro N° 93:** Porcentaje de aceptación de los paquetes comunitarios.

<b>PAQUETES</b>	<b>PRECIO</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>UNIDADES DE VENTAS</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>
IMANTAG ALLI KAWSAY	40	26	137	5491
COTACACHI RAZU MAMA	83	38	201	16652
MUYU URUCU	89	36	190	16916
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>528</b>	<b>39069</b>

Se calculó el punto de equilibrio de cada paquete turístico empleando la siguiente fórmula.

$$CF = q (P - C_v \text{ medios})$$

$$CF = 0,26 q (40 - 45) + 0,38 q (83 - 45) + 0,36 q (89 - 65)$$

$$CF = 0,26 q (-5) + 0,38 q (38) + 0,36 q (24)$$

$$F = -1,23 q + 14,44 q + 8,64 q$$

$$CF = 21,85 q$$

$$Q = \frac{10.171,44}{Q} = 466$$

**Cuadro N° 94:** Punto de equilibrio de los paquetes

<b>PAQUETES</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>PUNTO EQUI. ANUAL</b>	<b>PUNTO EQUI. MENSUAL</b>
IMANTAG ALLI KAWSAY	0,26	121	10
COTACACHI RAZU MAMA	0,38	177	15
MUYU URCU	0,36	168	14
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>466</b>	<b>39</b>

Esto significa que para cubrir los costos totales de producción se deberá vender 466 paquetes, siendo para el paquete “Imantag Alli Kawsay” una venta anual de 121, para el paquete Cotacachi Razu Mama una venta anual de 177 y Muyu Urcu con 168 ventas anuales.

#### **8. Proyectos complementarios asociados a la actividad turística**

La comunidad de El Morlán está en proceso de contar o disponer de un producto de turismo comunitario donde se pondrá a disposición de servicio de restaurante, alojamiento, el centro artesanal, los senderos Muyu Urcu y Cutacachi Razu; cada uno de estos servicios tiene una función específica con fines turísticos, pero para fortalecer a estos servicios se requiere de la implementación de nuevos proyectos que permitan la participación comunitaria con el fin de crear nuevas alternativas de trabajo y sean un complemento para la actividad turística definida.

A continuación se detalla algunos proyectos complementarios que se pueden implementar en el área:

##### **a. Proyecto 1: Aprovechamiento de los derivados de la cabuya y sural**

##### **1) Antecedentes**

Actualmente la producción de artesanías a partir de la cabuya y sural en la zona norte del Ecuador no tiene mucha importancia económica, social y cultural; es así que en la zona subtropical de Intag del Cantón Cotacachi se aprovecha la cabuya para dar forma a diferentes

tipos de artesanías para fines turísticos, por lo tanto esto permite conservar este especie vegetal.

La comunidad de El Morlán es una de las comunidades indígenas que actualmente desarrolla objetos de artesanías a partir de la cabuya y sural, fortaleciendo esta actividad y relacionando con la actividad de turismo comunitario, se constituirá una de las pocas fuentes de sustento, ingreso económico y satisfacción de sus necesidades vitales, los cuales ayudará al mejoramiento de la calidad de vida de algunas familias de la comunidad.

## 2) Justificación

La necesidad de la comunidad de El Morlán está relacionada con la forma de vida de la población por tanto a estos productos, se busca promocionar y comercializar mediante el turismo comunitario, en donde el mercado de turismo externo pueda apreciar este tipo de artesanías y a la vez mejorar la calidad de vida de la población.

Mediante la cual se pretende incrementar visitas extranjeras ofertando variedades de productos artesanales, realizados a base de los derivados de la cabuya y sural, además de esto se suma los valores patrimoniales que posee la comunidad.

**Cuadro N° 95:** Proyecto complementario de taller artesanal

<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
Lugar del Proyecto:	Comunidad El Morlán
Nombre del Proyecto:	Aprovechamiento de los derivados de la cabuya y sural
Tipo de Proyecto:	Proyecto productivo
Participantes:	Miembros de la comunidad para proveer de la materia prima, la cabuya y el sural. Tres personas quienes trabajan en el taller artesanal. Organización de mujeres, quienes elaboran las artesanías.
Apoyo requerido:	Capacitación en la manipulación de la cabuya y sural. Capacitación para la elaboración de variedades de artesanías.
Proceso Productivo:	Selección de la hoja madura de la cabuya y el tallo del sural para su corte, lavada y secado. Dar forma de los diferentes objetos de artesanías de los dos materiales.

<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
Producto esperado:	Variedad de diseños y colores de canastillas, lapiceros, bolsos con una buena calidad. Artículos pequeños como llaveros, coreas, etc.
Relación con el turismo:	Participación interpretativa del tratamiento de la cabuya y el sural en el taller artesanal a los turistas. Participación en el proceso de selección de la materia prima y elaboración de los objetos.
Financiamiento:	La comunidad puede solicitar apoyo a las entidades que han venido trabajando como la Fundación Hanns Seidel, Maqui Mañachi, y Caritas de Austria.
Distribución del producto:	En el área local para la actividad turística, en las ferias locales, cantonales y provinciales. Ofrecer el producto en el medio privado como almacenes.
Requerimientos necesarios:	Implementar exhibiciones interpretativas del proceso de elaboración artesanal de la cabuya y sural para la actividad turística. Contar con un espacio de exhibiciones para mostrar la variedad de materiales y objetos. Contar con muebles para exhibir el producto.

**b. Proyecto 2: Implementación de parcelas agro ecológicas**

**1) Antecedentes**

La importancia de cultivos agros ecológicos en el mundo es creciente, como consecuencia de la demanda de los mismos.

**2) Justificación**

La agricultura es uno de las actividades más comunes y tradicionales de las comunidades indígenas del Ecuador, en la actualidad se ha convertido en una de las fuente de ingreso económico de los pueblos, muchos de los productos tienen gran importancia alimenticia como el maíz, frejol, el zapallo, zampo, la quinua entre otros, por ello se propone implementar parcelas productivas orgánicas con variedades de productos en la comunidad de El Morlán a fin de dar a conocer el proceso productivo de estos productos andinos como así también de

sus gran valores nutricionales, considerando que es una fuente y medio de trabajo para cada una de las familias de la localidad.

**Cuadro N° 96:** Proyecto complementario - Parcelas agro ecológicas.

<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
Lugar del Proyecto:	Comunidad de El Morlán
Nombre del Proyecto:	Implementación de Parcelas agro ecológicas
Tipo de Proyecto:	Proyecto productivo
Participantes:	Miembros de la comunidad, a partir de 10 jefes de familia.
Apoyo requerido:	Capacitación y asistencia técnica en el manejo agroecológico de los cultivos como: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suelos aptos para el cultivo</li> <li>- Fertilización</li> <li>- Plantación</li> <li>- Época de plantación</li> <li>- Labores de cultivo</li> <li>- Plagas y enfermedades</li> <li>- Cosecha</li> </ul>
Proceso Productivo:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de suelo.</li> <li>- Preparación del terreno</li> <li>- Trazado de parcelas</li> <li>- Fertilización</li> <li>- Siembra</li> <li>- Labores culturales</li> <li>- Control de plagas y enfermedades</li> <li>- Cosecha</li> <li>- Comercio de los productos</li> </ul>
Producto esperado:	<p>Implementación de parcelas agro ecológicas. Comunidad motivada en la conservación del medio ambiente. Consumo interno de productos orgánicos. Venta de productos orgánicos en la feria de productos orgánicos de Cotacachi. Mejoramiento de la biodiversidad, propiedades físicas químicas biológicas del suelo, entorno saludable sustentable y sostenible.</p>
Relación con el turismo:	<p>Demostración del proceso de producción agrícola. Utilización de los productos orgánicos para el servicio de alimentación en el restaurante.</p>
Financiamiento:	<p>Buscar apoyo en las entidades que han venido trabajando para la comunidad, como la Fundación Maqui Mañachi, la UNORCAC y el MAGAP. Establecer convenios con instituciones educativas para los estudios necesarios.</p>
Distribución del producto:	En el área local para el servicio de alimentación.

<b>Característica</b>	<b>Descripción</b>
	Ofrecer el producto en las ferias locales, cantonales, provinciales y mercados. Mercados internacionales.
Requerimientos necesarios:	Selección de productores y parcelas. Capacitación y asistencia técnica. Implantación de parcelas demostrativas y de producción regular con enfoque agroecológico Evaluación de la asistencia técnica y capacitación de las parcelas.

## 9. Comercialización del producto de turismo comunitario

### a. Definición de la marca turística

#### 1) Imagen corporativa



**Gráfico N° 43.** Logo de la OTC El Morlán

#### 2) Detalle de símbolos

##### a) Volcán Cotacachi

Hace referencia a la localización del emprendimiento en el turismo, en el cantón Cotacachi; a más de ello para las comunidades andinas que se encuentran asentadas alrededor de sus faldas representa unamadre protectora, por tanto a quien le rendían culto; también representa

uno de los atractivos más importantes dentro de la provincia de Imbabura por ser el volcán más alto de la localidad.

**b) Agua**

Representa a las vertientes de Yerba Buena, la cascada Caballito y el Rio Alambi, por lo tanto tiene la función de alimentar a la población de la comunidad.

**c) Abstracción de personas abiertas los brazos**

Representa la integración y pertenencia de los miembros de la comunidad, manteniendo un fortalecimiento y relación de reciprocidad comunitaria.

**3) Colores que identifican la marca de la Operación**

**a) Azul**

Representa la lealtad, la confianza, la inteligencia, la fe, la verdad y la sabiduría de los Taitas y las Mamas de la comunidad, además el cielo eterno que cobija sus territorios ancestrales. Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma que se puede encontrar en la comunidad.

**b) Naranja**

Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo de la organización.

**c) Rojo**

Representa al planeta tierra (Aka-pacha), como la expresión del hombre andino, en el desarrollo intelectual, es la filosofía cósmica en el pensamiento y el conocimiento de los AMAWTAS (GUAMAN, C. 2010)

**b. Identificación del producto (slogan)**

El producto de turismo comunitario de la Operación El Morlán se basa principalmente en ella forma de vida del pueblo Imantag rodeado del Tayta Imbabura y la mama Cotacachi, quienes lo vieron desarrollar su vida cotidiana; obteniendo productos de artesanías manuales, tejido, elaboración de sombreros, su historia y culturas; por todos los componentes de la comunidad en sí, se le ha denominado como el *“Reliquia imanteña”* haciendo una relación con el nombre de la comunidad y con el producto de turismo comunitario.

### c. Estudio mercadotécnico

#### 1) Canales de comercialización

Una vez elegido el segmento y definido el producto de turismo comunitario a ofertar; se debe trabajar en el **posicionamiento** del mismo, es decir, dotarle de una personalidad clara y definida en el mercado.

**Cuadro N° 97:** Canales de comercialización para la OTC El Morlán

<b>Objetivo</b>	Incrementar la cuota de mercado nacional e internacional a captar		
<b>Canal</b>	<b>Táctica</b>	<b>Política de funcionamiento</b>	<b>Target</b>
<b>Directo</b>	<p>Venta directa del producto desde la comunidad a los turistas que lleguen al lugar.</p> <p>A través de las Ferias que se realizan en las fiestas de la Jora y de la Semana Santa que se dan en el Cantón Cotacachi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacto personal entre vendedor y comprador.</li> <li>- Facilitar la información de los productos y servicios que se ofertan a través de material promocional.</li> <li>- Seguimiento de la venta.</li> </ul>	<p>Población de Cotacachi y Otavalo, profesionales, docentes, empresas públicas y privadas de la región.</p> <p>Turistas nacionales y extranjeros que llegan a la provincia de Imbabura.</p>
<b>Indirecto</b>	<p>Visitas y alianzas de negocios con Agencias de viajes y Tour Operadoras nacionales e internacionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación del portafolio de ventas (productos y servicios)</li> <li>- Establecer acuerdos comerciales (comisiones, formas de pago, políticas de reservaciones, cancelaciones, etc.).</li> </ul>	<p>Turistas internacionales que llegan a la ciudad de Cotacachi.</p>

		- Entrega de material promocional (afiches, trípticos y otros).	
--	--	---	--

**Fuente:** Esquema del Estudio de factibilidad para la transformación del producto turístico comunitario en las parroquia Cacha, Licán y Calpi. Consejo Provincial de Chimborazo.

## 2) Estrategias de mercado

En función del estudio de mercado se ha identificado varias estrategias de comercialización en base al Marketing Mix considerando: (producto, precio, plaza y promoción) con lo que se pretenden dar seguimiento a un proceso de acompañamiento al desempeño eficiente del emprendimiento comunitario, para lograr una mayor competitividad, mejor representación y capacidad de negociación con los diversos agentes de la cadena productiva y de valor del turismo, lo planteado corresponde al mejoramiento de los sistemas operativos y administrativos del CTC El Morlán.

Las estrategias de mercado establecidas responden además a los valores y principios básicos de la vida comunitaria enmarcados en:

- **Honestidad:** Nuestra gente diariamente construye procesos con la mayor transparencia y de forma participativa en su accionar.
- **Solidaridad:** Disposición de apoyo a personas y grupos sociales para apoyar a su bienestar.
- **Reciprocidad:** Manifestaciones colectivas representadas en la minga, maquita mañachi, randirandi que son de apoyo mutuo y de beneficio común.
- **Responsabilidad:** El compromiso de participar activamente y de forma conjunta en la identificación de nuestras necesidades y en planteamiento de propuestas hacia un allí kawsay.

- **Equidad:** Con la participación activa de niñas y niños, señoritas y jóvenes, adultas y adultos, ancianas y ancianos en todos nuestros proyectos de vida, así como también, la distribución equitativa de los recursos económicos que genera la actividad turística en la comunidad.
- **Interculturalidad:** Fundamentado en el respeto y convivencia armónica entre nuestros pueblos y nacionalidades. (TIERRA, N. 2009).

#### a) Estrategias de producto

- Implementación de productos complementarios como: huerto orgánico, centro artesanal que demuestre la elaboración de artesanías a partir de los derivados del sural y cabuya blanca, esta casa taller tendrá además una exhibición de productos y demostración del proceso de elaboración del sombrero y bordados de la camisa de hombre y mujer.
- Diseño y construcción de infraestructura turística con elementos y características acordes a la zona de influencia de conformidad con los diseños y sugerencias establecidas en el presente estudio.
- Prestación de los servicios de alimentación, alojamiento y guianza con participación del personal capacitado en cada una de las áreas.
- Posicionamiento en el mercado del producto turístico comunitario único y diferenciado basado en la riqueza cultural del pueblo Imantag además de su belleza paisajística.
- Afianzar los procesos interculturales entre el turista y la población local durante la prestación del servicio.

#### b) Estrategia de precio

- Definición de precios de cada uno de los paquetes por rangos de pax, para poder comercializar el producto turístico mediante convenios con las operadoras de turismo

locales y agencias de viajes a nivel nacional e internacional, los precios deberán aparecer en un tarifario que será renovado anualmente de acuerdo a la estructura de costos de cada paquete, y serán enviados a los intermediarios hasta el mes de octubre de cada año.

**Cuadro N° 98:** Tarifario de paquetes turísticos para negociación con intermediarios.

<b>Rango de precios de los paquetes</b>					
N°	Paquete	Duración	2 a 3 pax	4 a 5 pax	6 a 10 pax
1	Imantag Alli Kawsay	Un día	54,00	40,00	37,00
2	Cotacachi Razu Mama	Dos días una noche	97,00	83,00	80,00
3	Muyu Urcu	Dos días una noche	110,00	89,00	85,00

El convenio con las diferentes operadoras y agencias de viajes se hará mediante un contrato de venta por comisión de un 10% por cada paquete vendido, por lo que se requiere establecer los valores por comisión para la negociación. A continuación se detalla la tabla de comisiones de la oferta comunitaria, la misma que deberá ser actualizada cada año y enviada adjunto al tarifario oficial:

**Cuadro N° 99:** Tabla de comisión para las agencias y operadoras turísticas.

<b>Tabla de comisiones</b>					
N°	Paquete	Duración	2 a 3 pax	4 a 5 pax	6 a 10 pax
1	Imantag Alli Kawsay				
	Precio neto	Un día	54,00	40,00	37,00
	Comisión 10%		5,40	4,00	3,70
2	Cotacachi Razu Mama				
	Precio neto	Dos días una noche	97,00	83,00	80,00
	Comisión 10%		9,70	8,30	8,00
3	Muyu Urcu				
	Precio neto	Dos días una noche	110,00	89,00	85,00
	Comisión 10%		11,00	8,90	8,50

Es importante saber que cobrar demasiado alto aleja a los clientes potenciales y cobrar poco deja a una empresa sin suficientes ingresos para mantener las operaciones adecuadamente, por lo tanto debe existir un equilibrio, a mayor calidad, mayor precio.

Fijar precios altos cuando se de alguna clase de beneficio para el turista, haciendo notar que no es beneficio únicamente de la empresa, sino que ellos buscan agradecer su visita con un pequeño detalle, por ejemplo alguna artesanía típica, un recuerdo o una simple postal del destino.

- Establecimiento de descuentos para aquellas personas que hacen reservación y pagan por adelantado.
- Elaboración de tarifas especiales para turistas nacionales, tomando en cuenta estudiantes, tercera edad, discapacitados, etc.

### c) Estrategias de plaza.

Se pretende realizar convenios con las agencias de viajes y operadoras turísticas de ciudad de Ibarra, Otavalo y Quito, quienes a través de la adquisición del producto del CTC El Morlán, facilitarían la difusión, comercialización y venta hacia los turistas nacionales y extranjeros, a continuación se detalla la lista de agencias y operadoras que se constituirían en aliados estratégicos.

**Cuadro N° 100:** Aliados estratégicos para el CTC El Morlán

<b>Agencias u operadoras turísticas</b>	<b>Tipo de turismo a que se dedica</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono / email</b>
<b>Ciudad de Ibarra</b>			
IMBAVIAJES	T. tradicional	Oviedo y Olmedo	patricia_imbaviajes@hotmail.com
Intipungo Turismo Inviajes	Turismo tradicional	Flores y Sucre	intipungo@gglobal.com.ec
Yuribarra	Turismo tradicional	Miguel Oviedo s/n y Sucre	sandra@yuratour.com
Ecosierra tours	Turismo tradicional	Grijalva 8-14 y Sánchez y Cifuentes	ecosierra_adin037@hotmail.com
<b>Ciudad de Otavalo</b>			
Ecomontes Tour	Turismo tradicional	Sucre y Morales esq.	info@ecomontestour.com

<b>Agencias u operadoras turísticas</b>	<b>Tipo de turismo a que se dedica</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono / email</b>
Runa Tupari Native Travel	Turismo comunitario	Sucre s/n y Quiroga	nativetravel@runatupari.com
Urkutours	Turismo tradicional	Av. Juan de Albaracín s/n y Amaguaña	
<b>Ciudad de Quito</b>			
Andean Travel company	Turismo de aventura	www.andeante.com	2901883
Campustrekking	Turismo de aventura	www.campustrekking.com	2340601
Cretertur	T. tradicional	www.creterturs.com	2222166
Pachama tours	Turismo de aventura y tradicional	www.ecuador-galapagos-peru.de	2906413
South América Tours Southtours	Turismo tradicional	www.southamericantours.com	2277365

**Cuadro N° 101:**Matriz de estrategias de plaza para la OTC El Morlán

<b>Objetivos:</b>	Comercializar el producto de turismo comunitario en segmentos de mercado definidos.		
<b>Estrategias</b>	<b>Táctica</b>	<b>Política de funcionamiento</b>	<b>Target</b>
<b>Establecer reuniones y alianzas con empresas y/o actores vinculados al turismo</b>	Reuniones con personajes activos e involucrados con el desarrollo turístico como: representantes de ONG, Prefecto, Consejeros, Cámara de Turismo y Ministerio de Turismo. Alianzas con Operadoras y Agencias de viajes de Quito, Ibarra y Otavalo.	Búsqueda de financiamiento para la ejecución de proyectos complementarios de proyecto turístico.	Demanda nacional e internacional.
<b>Realizar presentaciones Multitudinarias del producto</b>	Participación en ferias y eventos de turismo específicamente en las rondas de negociación en forma directa o a través de sus aliados estratégicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar alianzas con el MITUR, FEPTCE.</li> <li>- Entrega de material de difusión.</li> <li>- Seguimiento del proceso</li> </ul>	AV y TO Turistas internacionales
<b>Elaboración de medios de publicidad</b>	Presencia permanente en unidades de turismo y empresas afines.		Población de las ciudades de Imbabura y Pichincha (Quito). Turistas internacionales que visita Otavalo y que llegan por aeropuertos del país.

**Fuente:** Esquema del Estudio de factibilidad para la transformación del producto turístico comunitario en las parroquia Cacha, Lican y Calpi. Consejo Provincial de Chimborazo.

#### **d) Estrategia de promoción**

##### **- Difusión en medios masivos**

Se requiere publicidad permanente con el fin de dar a conocer el producto turístico del CTC El Morlán mediante la difusión en los medios masivos como: radios locales, provinciales y nacionales, revista e internet, además en medios tipo brochure como: trípticos, folletos y guías de turismo.

##### **- Diseño de página web**

El Centro de Turismo Comunitario El Morlán tendrá una página web donde contendrá todo tipo de información de los servicios, actividades, paquetes, galería de fotografías, etc. Se recomienda ubicarse en los principales buscadores (google, yahoo, msn, alta vista, etc.) ubicándose dentro de los top 10.

##### **- Elaboración de cuñas radiales**

Se difundirán a través de las radios locales y provinciales, en Imbabura especialmente la Radio Canela, en Quito en la Radio Francisco Estéreo y la Mega, para lo cual se realizará convenios con los medios de difusión.

##### **- Elaboración de folletería**

Los plegables (trípticos) serán otros de los medios de difusión importantes para el CTC El Morlán, donde contendrá informaciones sobre los servicios, actividades, atractivos, fotografías, teléfono, correo electrónico, mapa de ubicación, etc.

Este material debe ser diseñado para la distribución a los clientes directos, agencias de viajes y operadores de turismo, pero además será utilizado en ferias de turismo, talleres, visitas a clientes. Su distribución será masiva por lo que deberá ser diseñado y elaborado para este fin.

Este tipo de material será en forma de trípticos y contendrán información general del Ecuador, pero más específicamente información del Centro de turismo comunitario El Morlán.

## Elaboración de un plan de publicidad para la Operación de Turismo Comunitario El Morlán

**Cuadro N° 102:** Plan de publicidad para la CTC El Morlán

<b>Objetivo:</b>	Posicionar la imagen turística del CTC y los productos que ofrece.			
<b>Tipo publicidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Política Funcionamiento</b>	<b>Target de Mercado</b>	<b>Presupuesto Anual (usd)</b>
Revista	Incorporación del producto en guías turísticas de la provincia emitidas por el MITUR, Consejos provinciales y Municipios (ITUR), y en guías turísticas internacionales como Lonely Planet y Travel Book.	Distribución en los principales lugares de afluencia turística de la provincia y el país, especialmente en las Tour Operadoras de Otavalo y Quito, además embajadas y consulados.	Turismo receptivo e interno	\$ 1.500
Televisión	Canal de televisión local TV Norte (Ibarra). En el canal RTU, en los programas de turismo Ecuador maravillosos a nivel regional.	Proyección de Spot publicitarios promocionales del producto turístico comunitario, con una duración de 40 segundos aproximadamente.	Población de la ciudad de Ibarra y zona centro norte del país.	\$ 1000
Internet	A través de la página Web de la CTC El Morlán.	Utilizando el sistema mailing Web-site con dominio propio: <a href="http://www.turismocomunitariomorlan.com">www.turismocomunitariomorlan.com</a> mail: <a href="mailto:tour_operadormorlan@hotmail.com">tour_operadormorlan@hotmail.com</a>	Turistas que buscan destinos a través de Internet.	\$ 800
<b>2. PAPELERÍA</b>				

Trípticos	Impresos a full color en papel couché. Se imprimirán 1000 unidades para todo el año a full color en tamaño A4.	Entregar de forma masiva en las empresas, ferias, sitios de información turística, aeropuertos, terminales embajadas y consulados.	Pobladores, turistas y personas afines de los principales mercados emisores. Establecimientos educativos de la región.	\$ 430
Imagen corporativa: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobres</li> <li>• Hojas</li> <li>• Carpetas</li> </ul>	Full color, papel Kimberly; Carpeta a full color en cartulina plegable.	Estarán distribuidas en los lugares de mayor afluencia turística como, hoteles, restaurantes, café Internet.	Clientes actuales y potenciales.	\$ 500
Merchandising	Camisetas Gorras Esferos Vajilla Mantelería Artesanías	Estarán presentes en los elementos mencionados los mismos que permitirán reforzar la imagen corporativa de la Operación.	Clientes actuales y potenciales.	\$ 407.5
<b>TOTAL</b>				<b>\$5227,5</b>

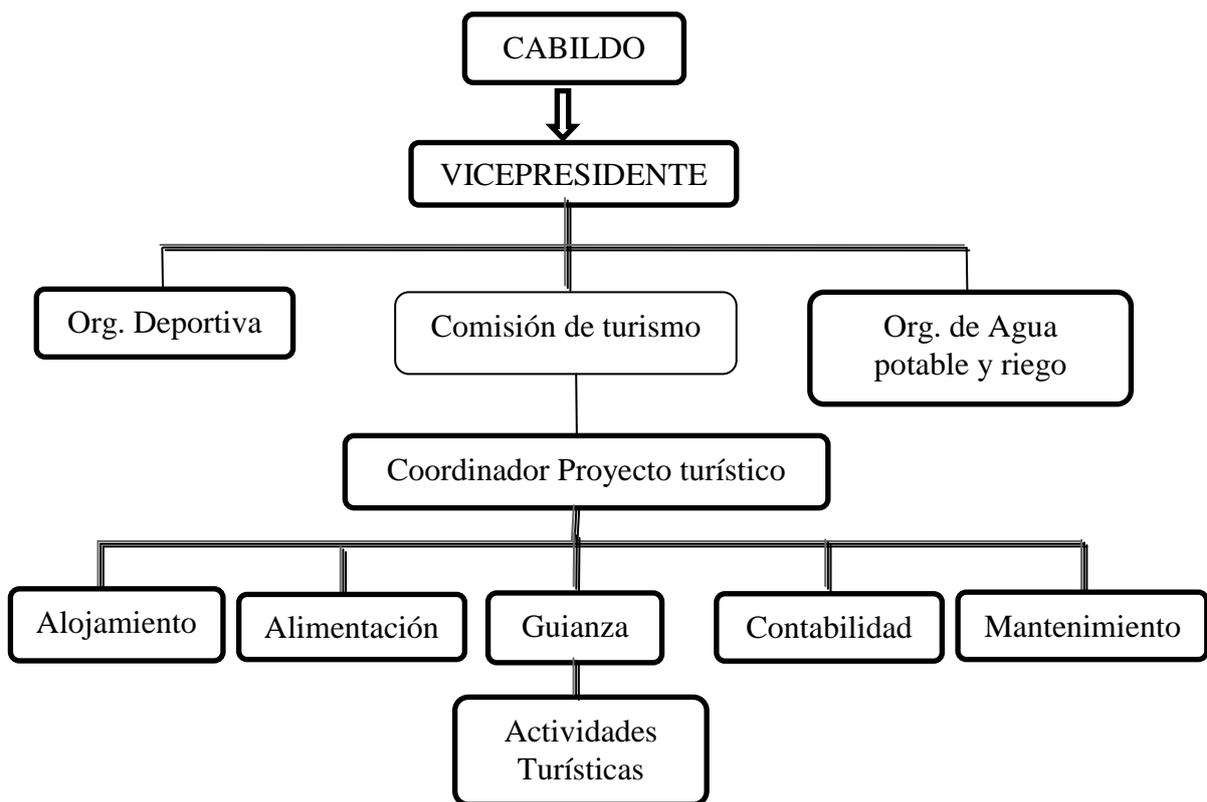
**Fuente:** Esquema del Estudio de factibilidad para la transformación del producto turístico comunitario en las parroquia Cacha, Licán y Calpi. Consejo Provincial de Chimborazo.

## 10. Gestión de la unidad del emprendimiento comunitario

### a. Estructura administrativa y operativa

La gestión de la operación del producto, fue definida mediante reuniones y talleres participativos con los dirigentes del cabildo, junta de agua potable, agua de riego y grupos organizados de la comunidad de El Morlán, donde se creó la comisión de turismo.

A continuación se detalla el organigrama estructural, con sus respectivos integrantes en cada área operativa, considerando que esta estructura permitirá mejorar el sistema de operación turística en la comunidad.



**Gráfico N° 44:** Organigrama estructural de la comunidad de El Morlán

Para desarrollar la actividad de turismo comunitario en la comunidad de El Morlán, el organigrama estructural está conformado por dos áreas importantes administrativa y operativa, el primero quien se encarga de administrar y controlar que todas las normas determinadas en

la operación se cumpla y el segundo donde se encuentran las sub-áreas de alojamiento, alimentación, guianza, contabilidad y mantenimiento, los cuales estas dos áreas deben regirse a los reglamentos emitidos por la comisión de turismo, por ende el cabildo.

Una vez definida la estructura orgánica para el funcionamiento del CTC El Morlán, se considera necesario contar como mínimo con el siguiente personal:

**Cuadro No 103:** El personal del Centro de Turismo Comunitario El Morlán

<b>Cantidad personal</b>	<b>Área</b>	<b>Cargo</b>
1	Administrativa	Gerente - administrador
1	Contable	Contador/a
1	Alimentación	Cocinero/a
1	Operativa	Guianza
1	Operativa	Mantenimiento

#### **b. Manual de funciones de la CTC El Morlán**

Un instrumento de trabajo importante que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrollará cada empleado en el proyecto de turismo en la comunidad de El Morlán, están contemplados en el Manual de Funciones, el mismo que se detalla a continuación.

##### **1) Área Administrativa**

**Cuadro N° 104:** Manual de funciones área administrativa

<b>Operación turismo comunitario El Morlán</b>				
<b>Datos de Identificación</b>				
<b>Localización</b>		Administrador		
<b>Nivel de reporte inmediato</b>		Directiva		
<b>Misión del Cargo</b>				
“Administrar los recursos del centro de turismo comunitario ”				
<b>Colaboradores directos</b>		<b>Contactos Internos</b>		<b>Contactos externos</b>
Directores de los componentes Personal de Apoyo Asesor		Todos los componentes		Grupos que colaboran con el proyecto  Instituciones de Financiamiento
<b>Pe</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>

	<p>Ingeniero en Ecoturismo</p> <p>Deseable: Maestría de Proyectos para el Desarrollo</p>	<p>Conocimientos sobre computación</p> <p>Conocimientos contables</p> <p>Conocimiento laboral</p> <p>Conocimientos de sistemas de indicadores de gestión</p>	<p>Inglés Nivel: Alto</p>	<p>De 2 a 5 años en posiciones o funciones similares</p>
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vigilar el cumplimiento de las metas y presupuestos del Proyecto, de manera que sean coherentes con las necesidades de la comunidad buscando su rentabilidad.</li> <li>- Liderar la gestión del proyecto, brindando apoyo a todos los actores de la investigación.</li> <li>- Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica / operativa del proyecto, supervisando su correcta ejecución.</li> <li>- Mantener las relaciones de primer nivel con los involucrados.</li> <li>- Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en el proyecto.</li> <li>- Aprobar los ingresos y egresos de efectivo dentro de los lineamientos estratégicos del proyecto.</li> <li>- Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de la comunidad.</li> <li>- Administrar el Centro de turismo comunitario.</li> <li>- Liderar el proceso de planeación estratégica del CTC El Morlán.</li> <li>- Presentar al Directorio y Asamblea el Plan Operativo Anual del Centro de turismo comunitario.</li> <li>- Realizar informes a la directiva acerca del cumplimiento de las actividades.</li> <li>- Coordinación y gestionar conjuntamente con la directiva, para la adquisición de equipos, materiales y desarrollo de facilidades.</li> <li>- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.</li> <li>- Servir como relacionador público del CTC El Morlán.</li> <li>- Monitorear y evaluar los servicios de (estacionamiento, señalización, áreas verdes.)</li> <li>- Elaborar cotizaciones de tours.</li> <li>- Efectúa informes de reservaciones.</li> <li>- Recibe al visitante.</li> <li>- Coordina e informa en el área del restaurante la reservación de alimentos para los grupos de visitantes.</li> <li>- Llevar el libro de actas de reuniones del equipo de gestión..</li> <li>- Orientar el trabajo del personal que conforma el equipo de gestión del CTC El Morlán.</li> <li>- Conceder, certificar y justificar permisos, faltas, atrasos y enfermedades de los</li> </ul>				

<p>integrantes del equipo de gestión del CTC El Morlán.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Encargarse de la comercialización del producto turístico del CTC El Morlán.</li> <li>- Recopilar material fotográfico, bibliográfico para la elaboración de medios de difusión turística.</li> </ul>	
<b>Indicadores de medición</b>	
<b>Indicador Propósito</b>	<b>Indicador de Proceso</b>
Desarrollar turismo en la Comunidad.	Cumplimiento de la Planificación del Proyecto Cumplimiento de la Planificación Operativa
<b>Condiciones de trabajo</b>	
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.	
<b>Perfil de Competencias</b>	
<b>Competencias Estructurales</b>	
<b>1. Compromiso</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de pertenencia	Se siente identificado, practica, transmite, promueve y define los principios en la organización.
Lealtad	Es ejemplo y modelo de compromiso organizacional, exige compromiso y responsabilidad de todos los miembros clave de la organización, promueve y define directrices y normas de respeto y colaboración.
Respeto	Mantiene un clima de tolerancia, apertura y respeto en toda la organización, define las normas y principios a seguir.
<b>2. Trabajo en equipo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Cooperación	Comparte, propone y/o aprueba planes y programas relacionados al mejoramiento de la colaboración e integración de áreas o equipos conformados por los miembros claves de la organización.
Sinergia	Capacidad para trabajar con el equipo ejecutivo para lograr la movilización de toda la organización hacia cambios que garanticen el éxito estratégico.
<b>3. Integridad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Moral	Es modelo y exige el cumplimiento de normas morales y de respetabilidad de todos los colaboradores de nivel ejecutivo de la organización, define las normas de actuación y comportamientos generales.
Profesionalismo	Cumple y transmite iniciativa y fuerza a la organización, vela por la calidad y eficiencia en la ejecución de actividades del nivel directivo. Es modelo de referencia y consulta para todos los miembros de la compañía.
Respeto a la institucionalidad	Define las normas y políticas de la compañía, asegura el cumplimiento de leyes y reglamentos nacionales y/o internacionales que impacten en la organización estableciendo planes de acción.

<b>Competencias Gerenciales</b>	
<b>4. Orientación al cliente y mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Énfasis en el servicio a la comunidad	Entiende y satisface las necesidades del cliente. Cumple con los objetivos y estrategias de mercado. Comprende la cadena de valor y las necesidades de largo plazo de los clientes.
Posibilidades y Oportunidades de Financiamiento	V Aprueba e implementar estrategias para buscar fuentes de financiamiento.
<b>5. Liderazgo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Desarrollo de personas	Aprueba programas de capacitación (internos o externos) y/o desarrollo de competencias, valores que influyan en toda la organización. Desarrolla habilidades en el equipo ejecutivo para el logro de metas empresariales.
Conducción efectiva de equipos	A través del ejemplo inspira a los miembros claves de la organización a que busquen la excelencia en todas sus actividades, enfatizando en la alineación estratégica organizacional.
Delegación / empoderamiento	Ofrece autonomía y poder de decisión para los profesionales que, según sus criterios, están más aptos a buscar nuevos negocios, mantener e incrementar el crecimiento de la organización.
Visión de largo plazo	Visualiza oportunidades y amenazas y en base a ellos desarrolla planes estratégicos, creando nuevas formas de afrontar con éxito los desafíos en la organización.
<b>6. Orientación a resultados</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Dirección el cumplimiento de los indicadores	Entiende el país y el mercado, sus características y cambios, definiendo junto al grupo ejecutivo la estrategia organizacional. Define metas para la organización, monitorea su cumplimiento a través de indicadores estratégicos.
Administración los supuestos	Evalúa, identifica y mide los riesgos de la organización a través de la utilización de herramientas técnicas y minimiza al máximo la exposición de la empresa a los riesgos internos y externos identificados.
Generación de valor	Establece los lineamientos estratégicos para la mejora en los procesos organizacionales, con énfasis en la generación de valor para los accionistas, colaboradores y la comunidad. Establece parámetros de excelencia para el retorno de inversión.
<b>Competencias Técnicas</b>	
<b>7. Sentido de competitividad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Creación de diferencial competitivo	Define las iniciativas de creación de diferencial competitivo de los negocios de la organización y verifica su cumplimiento efectivo. Genera estrategias y prácticas para que la organización genere un factor de diferenciación reconocido por los mercados.
Valor percibido por los beneficiarios	Establece los lineamientos y estrategias que impactan en la generación de valor y sustentabilidad para la organización.

Creatividad e innovación	Define nuevas estrategias que agregan valor a todos los negocios de la organización, que busquen un diferencial competitivo en el mercado y la generación de valor en la organización.
<b>8. Conocimiento del mercado</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Inteligencia de mercado	Conoce profundamente los distintos mercados, clientes y competidores en los cuales desarrolla sus negocios la Organización. Investiga, inicia y promueve mejoras que inciden en toda la compañía.
Exploración y curiosidad	Busca la mejora sustancial y sostenible de los productos y/o servicios de la organización, mantiene una red de contactos estratégicos para la generación de nuevos negocios, productos y servicios.
Implementación de acciones y estrategias	Establece las directrices estratégicas generales para la empresa. Define, aprueba y monitorea el cumplimiento de dichas acciones con los miembros clave de la organización.
<b>9. Orientación a la calidad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel ideal requerido</b>
Sentido de excelencia	Define estándares de excelencia en productos y servicios y programas de mejora de procesos clave de toda la organización. Es ejemplo de calidad y actuación en la organización.
Mejora continua	Define estándares de excelencia en base a datos históricos para productos, servicios y programas de mejora de procesos. Verifica el cumplimiento en toda la organización / corporación.
Enfoque de calidad	Hace bien las cosas desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad. Es ejemplo de actitud hacia la calidad para sus pares y colaboradores.
<b>Dependencia:</b> jerárquicamente depende del presidente de comisión de turismo de la comunidad de El Morlán.	
<b>Subrogación:</b> en caso de ausencia será remplazado por quien lo designe	

## 2) Área de Contabilidad

**Cuadro N° 105:** Manual de funciones área contabilidad

<b>Operación turismo comunitario El Morlán</b>		
<b>Datos de Identificación</b>		
<b>Localización</b>	Contabilidad	
<b>Nivel de reporte inmediato</b>	Gerente	
<b>Misión del Cargo</b>		
“Revisar, procesar, registrar y comunicar todas las transacciones e información el encargado de acuerdo a la planificación y políticas organizacionales para la realización de informes”.		
<b>Colaboradores directos</b>	<b>Contactos Internos</b>	<b>Contactos externos</b>

Técnicos encargados.		Todo el personal que labora en la comunidad y también en el municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministerio de Turismo.</li> <li>- Cámara de Turismo.</li> <li>- Municipio de Chambo</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>
	Contador o carreras a fines	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Administración</li> <li>*Secretariado</li> <li>*Manejo de archivos</li> <li>*Contabilidad</li> <li>*Conocimiento y manejo básico de programas de computación (Microsoft office)</li> </ul>	Mínimo un idioma extranjeros.	De 1 años mínimo de trabajo en funciones similares dentro del sector Turístico.
<b>Responsabilidades del cargo</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones del CTC El Morlán.</li> <li>- Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago.</li> <li>- Acordar con el superior jerárquico y funcional las actividades que garanticen el funcionamiento y el logro de los objetivos establecidos para el cargo y la dependencia.</li> <li>- Elaborar, revisar y digitar documentos contables como recibos de caja, consignaciones, notas débito y crédito, cheques.</li> <li>- Llevar un proceso contable, el cual deberá contener: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de cuentas</li> <li>- Estado de situación inicial</li> <li>- Diario general</li> <li>- Mayorización</li> <li>- Balance de comprobación</li> <li>- Estados financieros</li> <li>- Análisis financiero</li> </ul> </li> <li>- Mantener actualizados los libros de contabilidad.</li> <li>- Presentar al administrador del CTC El Morlán informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero del CTC El Morlán.</li> <li>- Revisa y analiza los presupuestos de las actividades del CTC El Morlán.</li> <li>- Llena los formularios y declara el impuesto al SRI.</li> <li>- Chequea roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.</li> <li>- Realizará los pagos de materia prima, personal, insumos y otras obligaciones que se presenten en el CTC El Morlán.</li> <li>- Chequea roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.</li> <li>- Controla que los gastos de la empresa se ajusten al presupuesto general.</li> </ul>				

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Legalizar el pago de planilla al IESS.</li> <li>- Receptar, enviar y elaborar correspondencia.</li> <li>- Realizar todas las labores de apoyo administrativo.</li> <li>- Administrar y velar por el buen funcionamiento de los equipos.</li> <li>- Suministrar información administrativa y turística a la ciudadanía en general</li> <li>- Llevar el control y archivo de las actividades realizadas.</li> <li>- Rendir informes de sus actividades realizadas.</li> </ul>	
<b>Indicadores de medición</b>	
<b>Indicador</b>	<b>Indicador de Proceso</b>
Desempeño laboral	Oportunidad y confiabilidad en la generación y entrega de información.
<b>Condiciones de trabajo</b>	
Desarrolla la totalidad de sus labores en un ambiente agradable, en oficina, con adecuada ventilación, equipamiento e iluminación, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización, con esporádicas movilizaciones fuera de ella.	
<b>Perfil de Competencias</b>	
<b>1. Compromiso</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel requerido</b>
Lealtad	Transmitir y promover el compromiso con la organización, su área y actividades en todo momento. Respetar la institucionalidad, velando su cumplimiento siendo un agente de cambio positivo.
Respeto	Promover la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, verificando el cumplimiento de normas y principios de la organización
<b>2. Trabajo en equipo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel requerido</b>
Cooperación	Ayudar en el desarrollo de valores compartidos y objetivos comunes, para poder alcanzar los resultados esperados.
Sinergia	Tener la habilidad de aprovechar todo el potencial de las personas, para alcanzar resultados esperados del área.
<b>3. Integridad</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel requerido</b>
Ética	Actuar con una conducta intachable, con fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo, velar por el cumplimiento de normas laborales y sociales teniendo como fin el bienestar.
Profesionalismo	Cumplir, transmitir iniciativa. Es intermediario de referencia y consulta para todos los miembros.
Respeto a la institucionalidad	Cumplir con las normas asegurando su labor en el cumplimiento de leyes y reglamento local y nacional que promueva el desarrollo sostenible de la actividad turística estableciendo planes de acción e innovación.
<b>4. Liderazgo</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel requerido</b>
Desarrollo de personas	Participar y colaborar en la gestión de programas de capacitación (internos o externos) y/o desarrollo de competencias, valores.
Visión de largo	Visualizar y proponer estrategias o soluciones para posibles amenazas

plazo	y problemas en base a la misión y visión.
<b>Dependencia:</b> Jerárquicamente depende del administrador general del CTC El Morlán.	
<b>Subrogación:</b> En caso de ausencia será remplazado por quien lo designe	

### 3) Área de Alimentación

**Cuadro N° 106:** Manual de funciones área alimentación

<b>Operación turismo comunitario El Morlán</b>			
<b>Datos de Identificación</b>			
<b>Localización</b>		Planta	
<b>Nivel de reporte inmediato</b>		Secretaria	
<b>Misión del Cargo</b>			
“Ejecutar las actividades con eficiencia en la cocina.”.			
<b>Colaboradores directos</b>		<b>Contactos Internos</b>	
		Todo el personal que labora en la comunidad y también en el municipio.	
<b>PERFIL</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>
	Chef	Conocimiento y manejo básico de programas de computación (Microsoft office)	De 1 años mínimo de trabajo en funciones similares.
<b>Responsabilidades del cargo</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Define y elabora las recetas estándar, tanto para alimentos.</li> <li>- Será un miembro de la comunidad, previa capacitación, cuyas funciones serán:</li> <li>- Preparará los alimentos para los turistas.</li> <li>- Se encargará de comprar los insumos necesarios para la comida, previa coordinación con el gerente.</li> <li>- Mantendrá limpia la cocina</li> <li>- Vigilar el cumplimiento de las normas sanitarias.</li> <li>- Es responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas.</li> <li>- Elabora los Box Lunch.</li> <li>- Deberá tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible.</li> <li>- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.</li> <li>- Mantendrá limpia la cocina.</li> <li>- Realizará inventarios de los materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina.</li> <li>- Fija los precios de venta de alimentos y bebidas.</li> <li>- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.</li> </ul>			
<b>Indicadores de medición</b>			
<b>Indicador</b>		<b>Indicador de Proceso</b>	

Desempeño laboral	Oportunidad y confiabilidad en la generación.
<b>Condiciones de trabajo</b>	
Desarrolla la totalidad de sus labores en un ambiente agradable con adecuada ventilación, equipamiento e iluminación, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización, con esporádicas movilizaciones fuera de ella.	
<b>Perfil de Competencias</b>	
<b>1. Compromiso</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel requerido</b>
Lealtad	Transmitir y promover el compromiso con la organización, su área y actividades en todo momento. Respetar la institucionalidad, velando su cumplimiento siendo un agente de cambio positivo.
Respeto	Promover la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, verificando el cumplimiento de normas y principios de la organización
<b>Dependencia:</b> jerárquicamente depende del administrador del CTC El Morlán	
<b>Subrogación:</b> en caso de ausencia será remplazado por quien lo designe.	

#### 4) Área de Guianza

**Cuadro N° 98:** Manual de funciones área Guianza.

<b>Operación turismo comunitario El Morlán</b>			
<b>Datos de Identificación</b>			
<b>Localización</b>		<b>Guía nativo (Guianza)</b>	
<b>Nivel de reporte inmediato</b>		Administrador	
<b>Misión del Cargo</b>			
Guiar a todos los recorridos a los visitantes al CTC El Morlán.			
<b>Colaboradores directos</b>		<b>Contactos Internos</b>	
		Todo el personal que labora en la comunidad y también en el municipio.	
<b>PERFIL</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>
	Básico : terminada primeria	- Conocimiento profundo de la localidad. - Tener licencia de guía - Conocer el idioma ingles	De 1 años mínimo de trabajo en funciones similares.
<b>Responsabilidades del cargo</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar las condiciones más favorables para el tour.</li> <li>- Coordinar con el coordinador de alimentos y bebidas la alimentación de los visitantes a su cargo.</li> <li>- Se encarga de cumplir el programa establecido en cada uno de los paquetes turísticos del CTC El Morlán.</li> <li>- Conducir a los turistas a los diferentes atractivos de las comunidades.</li> <li>- Cuida de la seguridad del turista.</li> </ul>			

- Vela por la protección y respeto del medio ambiente.
- Le está prohibido usar drogas y alcohol.
- No debe implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante el tour.
- El guía debe estar en predisposición para el tour.
- Interpreta a los turistas, sobre plantas medicinales, flora, fauna etc.
- El guía debe tener todo lo necesario para la realización del tour como la comida y bebida.
- Se ha de lavar las manos con jabón antes de tocar los alimentos.
- Nunca debe pedir regalos al turista ni votar basura.
- Nunca debe discutir con sus compañeros de trabajo, frente al turista.
- No se debe decir malas palabras frente al turista.
- Usar los senderos establecidos y no deben apartarse de ellos.
- Procura el silencio en las instalaciones mientras el turista descansa.
- Cuando el turista llegue al CTC El Morlán, deben invitarlos a una bebida si la hay, les explicaran sobre el viaje y preguntar por sus intereses y sus expectativas.
- El guía es el máximo responsable del viaje.
- Se encargara de llenar las fichas de evaluación del servicio y registro del turista cuando llega al CTC El Morlán.

#### **Indicadores de medición**

<b>Indicador</b>	<b>Indicador de Proceso</b>
Desempeño laboral	Oportunidad y confiabilidad en la generación y entrega de información.

#### **Condiciones de trabajo**

Desarrolla la totalidad de sus labores en un ambiente libre, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización.

#### **Perfil de Competencias**

##### **1. Compromiso**

<b>Atributo</b>	<b>Nivel requerido</b>
Lealtad	Transmitir y promover el compromiso con la organización, su área y actividades en todo momento. Respetar la institucionalidad, velando su cumplimiento siendo un agente de cambio positivo.
Respeto	Promover la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, verificando el cumplimiento de normas y principios de la organización

**Dependencia:** jerárquicamente depende del administrador del CTC El Morlán.

**Subrogación:** en caso de ausencia será remplazado por quien lo designe

## 5) Área de Mantenimiento

Cuadro N° 107: Manual de funciones área mantenimiento

<b>Operación turismo comunitario El Morlán</b>			
<b>Datos de Identificación</b>			
<b>Localización</b>		Planta	
<b>Nivel de reporte inmediato</b>		Administrador	
<b>Misión del Cargo</b>			
“Ejecutar las actividades con eficiencia cuidando los bienes y mantenimiento en general.”.			
<b>Colaboradores directos</b>		<b>Contactos Internos</b>	
		Todo el personal que labora en la comunidad y también en el municipio.	
<b>PERFIL</b>	<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Nivel de Experiencia</b>
	Básico : terminada primería	* Gasfitería. * Jardinería * Albañilería	De 1 años mínimo de trabajo en funciones similares.
<b>Responsabilidades del cargo</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Será un miembro de la comunidad, previa capacitación, cuyas funciones serán:</li> <li>- Velará por mantener en las mejores condiciones de uso las instalaciones, maquinaria, mobiliario y en general los aspectos a utilizar por las distintas áreas de operación.</li> <li>- Se encargará del mantenimiento de las instalaciones, decoraciones, mobiliarios y senderos.</li> <li>- Deberán reparar cualquier desperfecto que se produzca en las instalaciones.</li> <li>- Proveerá a los coordinadores de alojamiento y alimentos y bebidas de materiales y equipos de limpieza.</li> <li>- Elabora informes</li> <li>- Almacenar e inventariar los bienes de área de mantenimiento</li> <li>- Limpiar, arreglar y mantener en buen estado de los senderos.</li> <li>- Verificar el buen estado de los letreros</li> <li>- Deberán reparar cualquier desperfecto que se produzca en las instalaciones de la empresa</li> <li>- Receptar y enviar</li> <li>- Realizar la limpieza y el aseo de oficinas patios, aceras, baños, espacios verdes, etc.</li> <li>- Abrir y cerrar oportunamente las seguridades de oficinas, etc.</li> <li>- Efectuar el aseo, cuidado, mantenimiento y traslado de muebles enseres, máquinas, equipos y materiales de oficina.</li> <li>- Ejecutar trabajos básicos de carpintería, albañilería, jardinería, gasfitería y otros tendientes a mantener la buena imagen del Centro.</li> </ul>			

- Realizar actividades sencillas de oficinas y manejo de máquinas reproductoras de documentos.	
<b>Indicadores de medición</b>	
<b>Indicador</b>	<b>Indicador de Proceso</b>
Desempeño laboral	Oportunidad y confiabilidad en la generación y entrega de información.
<b>Condiciones de trabajo</b>	
Desarrolla la totalidad de sus labores en un ambiente agradable, en oficina, con adecuada ventilación, equipamiento e iluminación, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización, con esporádicas movilizaciones fuera de ella.	
<b>Perfil de Competencias</b>	
<b>1. Compromiso</b>	
<b>Atributo</b>	<b>Nivel requerido</b>
Lealtad	Transmitir y promover el compromiso con la organización, su área y actividades en todo momento. Respetar la institucionalidad, velando su cumplimiento siendo un agente de cambio positivo.
Respeto	Promover la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, verificando el cumplimiento de normas y principios de la organización
<b>Dependencia:</b> jerárquicamente depende del administrador del CTC El Morlán.	
<b>Subrogación:</b> en caso de ausencia será remplazado por quien lo designe.	

### c. Manual de procedimientos

El presente manual permitirá a la unidad de gestión brindar un servicio de calidad al visitante cuando llegue a la comunidad.

#### 1) Procedimientos de servicios

##### a) Procedimiento para Reservas

- Contestar el teléfono o radio
- Identifíquese y salude
- Escuche atentamente y tome nota de lo que le piden
- Dé información precisa sobre lo que le pida el visitante.

- Apuntar todos los datos para la reserva como días de llegada y salida, nombre y número de personas, adultos, niños; hora de llegada, tipo comidas y bebidas que prefieren, tipo de alojamiento que requieren (dirección y teléfono).
- Apunte la información en el calendario de reservaciones, de manera clara.
- Confirme los datos con el visitante, para evitar malos entendidos
- Si la reserva se hace con suficiente antelación pida que le envíe como anticipo de la reserva un 25% del precio total.
- Dar información al visitante y/o tour operador de cómo llegar al CTC El Morlán.
- Comprobar que se han hecho todas las anotaciones
- Despedida

**b) procedimiento para la recepción de turistas**

- Bienvenida. Si es posible les recibirá el coordinador/a del CTC El Morlán, saludo, detalles de viaje.
- Preguntar si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación.
- En caso de tener una reservación comprobar la reserva.
- Llenar los documentos de recepción
- Mostrar brevemente las instalaciones del CTC El Morlán
- Explicar los horarios de comidas.
- Entregar folletería con información turística de la zona y explicar sobre la posibilidad para realizar visitas, excursiones.
- Entrega de la/s llave/s de la/s habitación/es
- Acompañar a la habitación al/los visitante/es

**c) Procedimiento para la prestación del servicio de guianza**

- Los guías deberán estar en el CTC El Morlán, para que puedan realizar su trabajo, al momento que ingresen los turistas.

- Cuando el visitante requiera de los servicios del guía, el coordinador administrativo del CTC El Morlán, informara a los guías que estén disponibles para realizar el tour.
- El guía se presentará ante el visitante, socializara las normas de conducta para el turista además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar.
- Al empezar el recorrido el guía les conducirá a los sitios que se establecieron en el paquete o itinerarios, el mismo que se cumplirá de acuerdo a lo establecido, brindando una información clara y precisa.
- El guía se despide del grupo
- En caso de que deba trabajar con el mismo grupo al día siguiente, el guía les informará sobre las nuevas actividades que vayan a desarrollar.

#### b) Diagrama del proceso de operación turística comunitaria en el CTC El Morlán

A continuación se detalla el proceso de operación turística de cada uno de los paquetes identificados en el CTC El Morlán con su respectivo itinerario.

##### 1) Diagrama del proceso productivo del paquete “Imantag Alli Kawsay”

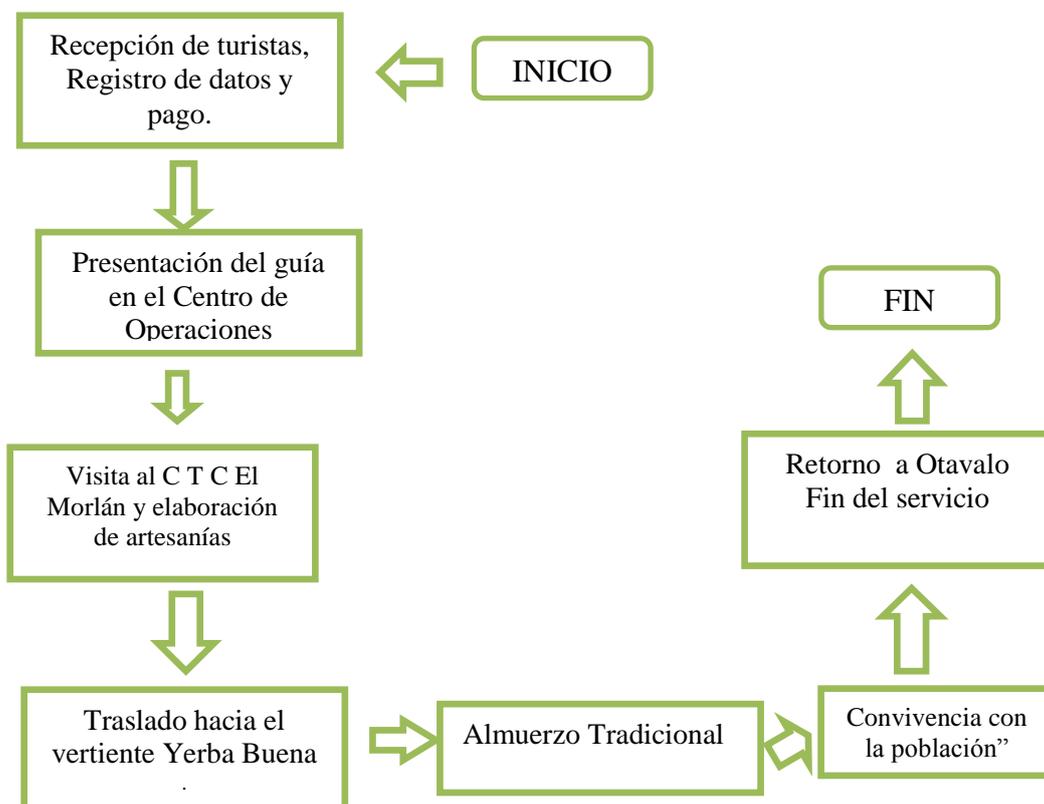


Figura N° 01. Diagrama del proceso productivo del paquete “Imantag Alli Kawsay”

2) Diagrama del proceso productivo del paquete Cotacachi Rrazu Mama

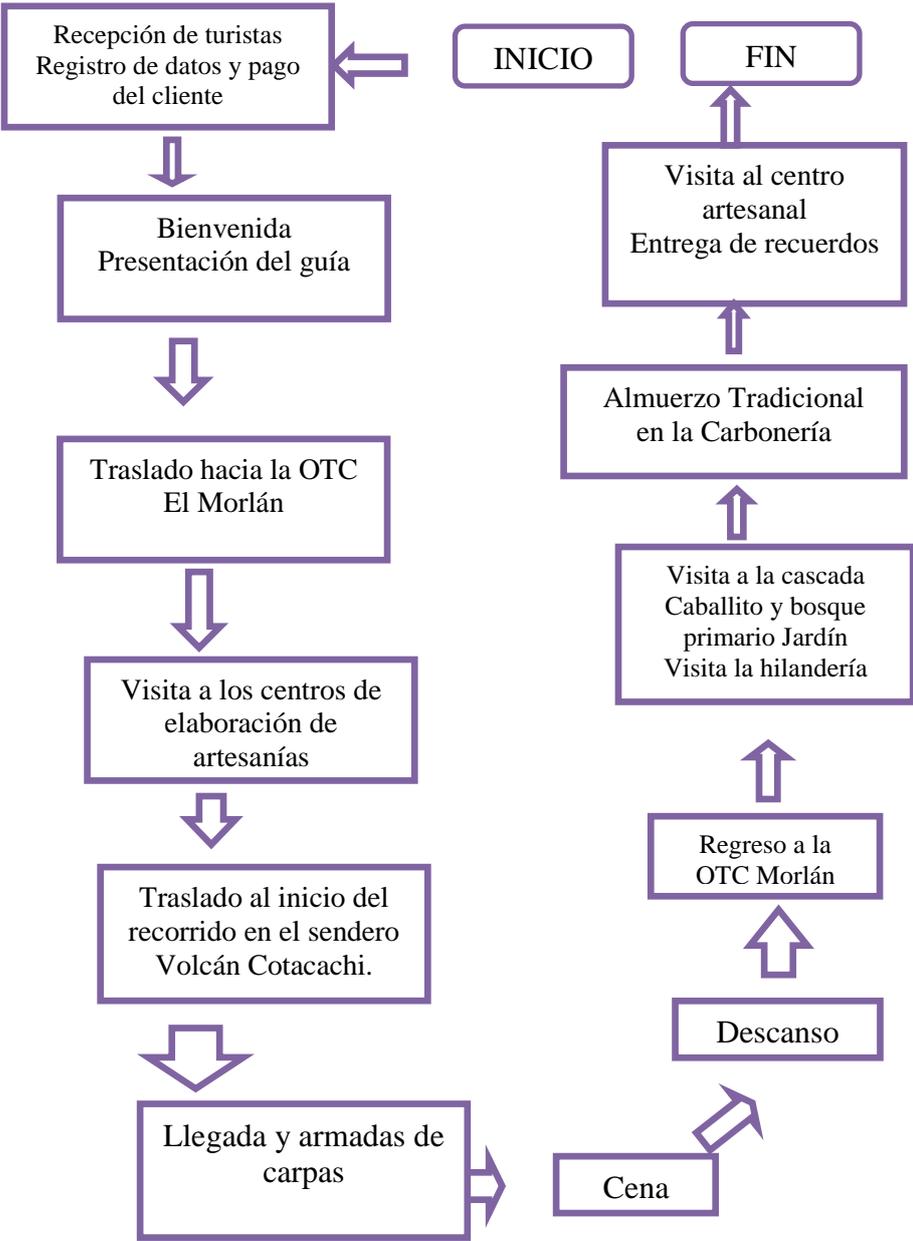


Figura N° 02. Diagrama del proceso productivo del paquete “Cotacachi Rrazu Mama”

3) Diagrama del proceso productivo del paquete “Muyu Urcu”

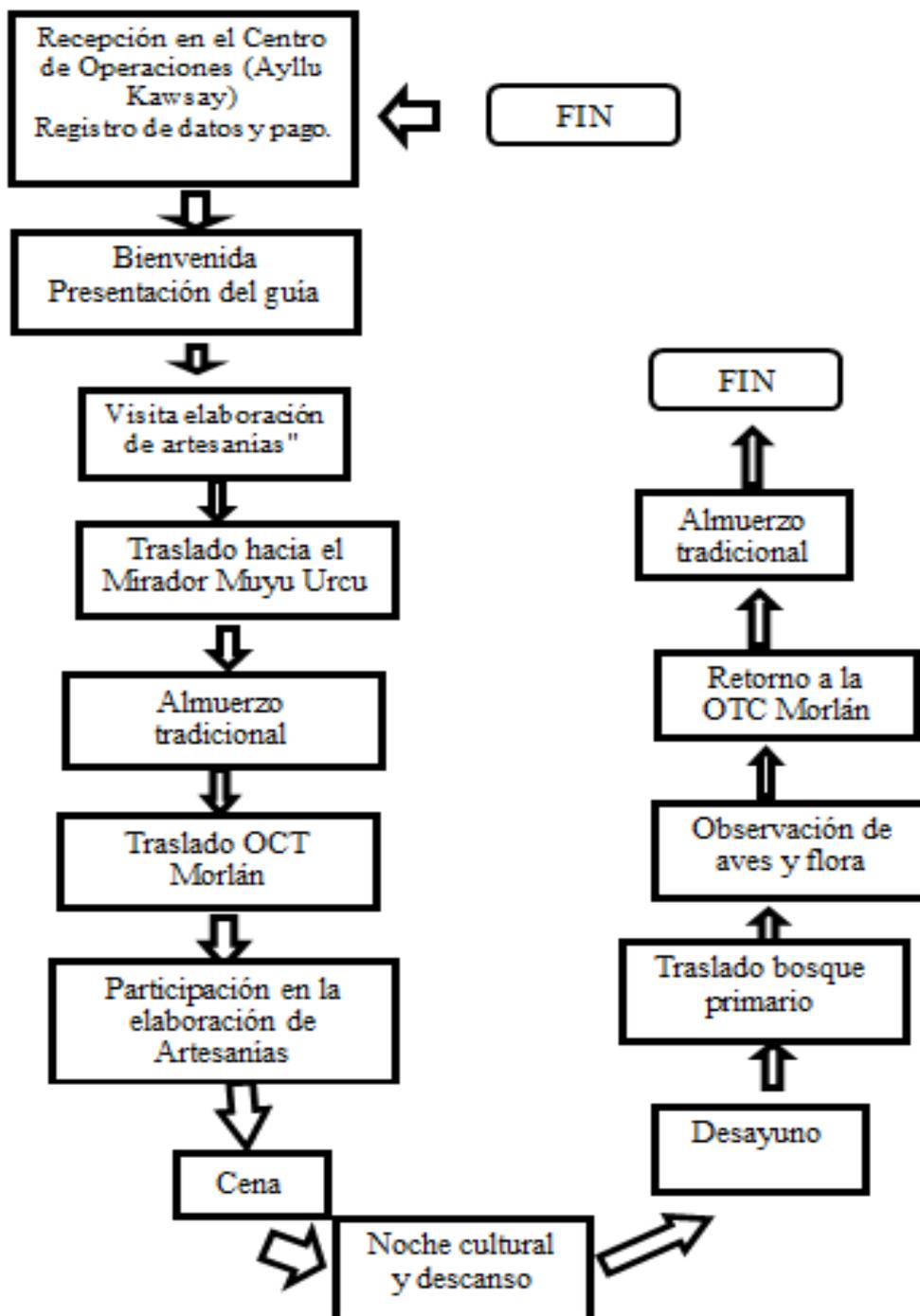


Figura N° 03. Diagrama del proceso productivo del paquete “Muyu Urcu”

4) Diagrama del proceso productivo del área del Restaurante

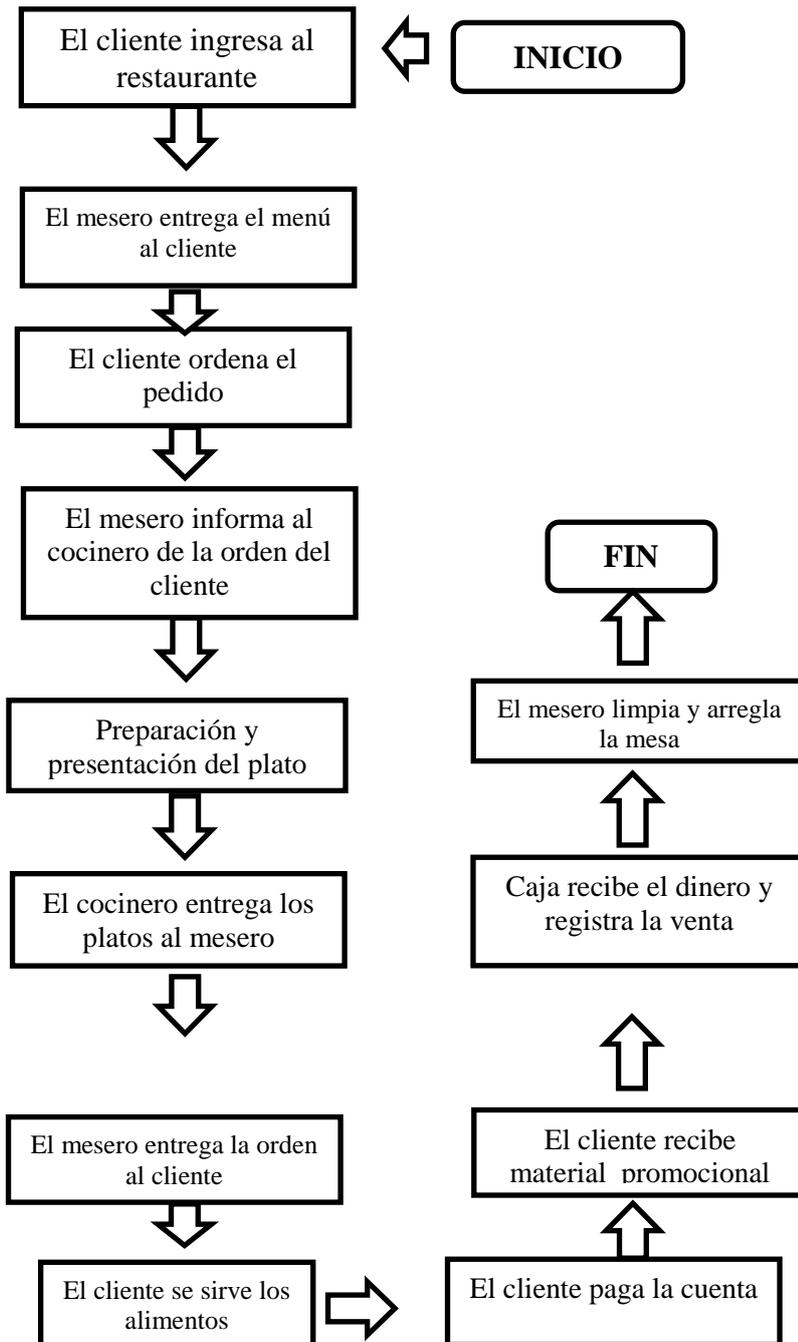


Figura N° 05. Diagrama del proceso productivo del área del Restaurante

**d. Herramientas para la gestión administrativa y operativa del CTC El Morlán**

Para evaluar la calidad de los servicios, visita y experiencia del visitante se debe aplicar fichas de satisfacción y registro a cada uno de los turistas que llegue a la comunidad, estos datos serán un instrumento de monitoreo de la OTC que servirán para mejorar la calidad de los servicios que ofrece el lugar.

**1) Modelo de ficha de registro de visitantes en el CTC El Morlán**

**Cuadro N° 108:** Ficha de registro de visitantes

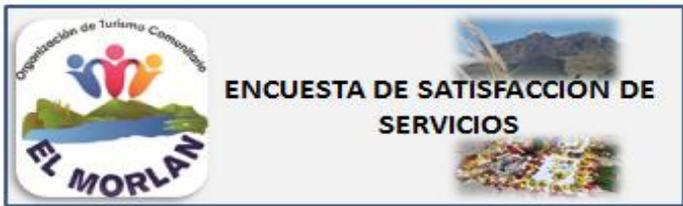
 	
<b>Nombre / Name / Nom</b>	
N° de cedula o pasaporte: ID or Passport: Numero de passeport:	
País de residencia: Origen country: Pays de residencia:	
Ciudad de residencia: Origen city:+ç	
Ville de recidence:	
Estado civil: Civil status: Etat civil:	
Masculino <input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Masculin <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/> Feminin <input type="checkbox"/>
Fecha de nacimiento: Date of birth: Date de naissance:	

Profesión u ocupación: Profesion / occupation: Profession ou occupation:	
Duración de la estadía: Stay time (day) Durée du séjour (jours)	
Modalidad de viaje: Type of travel: Modalité du voyage:	Independiente <input type="checkbox"/> Agencia de viajes <input type="checkbox"/> Alone <input type="checkbox"/> Agency of travel <input type="checkbox"/> Independent <input type="checkbox"/> Agence de voyage <input type="checkbox"/>
Fecha de ingreso: Check in date: Date d'arrivée	
Fecha de salida: Check out date: Date de départ:	
Responsable de la elaboración de la ficha: Responsable de l'elaboration de la fiche:	Cargo en el CTC El Morlán: Position in the CTC El Morlán:

**Fuente:** Operadora de Turismo PuruhaRazurku. CORDTUCH. 2010.

## 2) Modelo de encuesta para evaluar la satisfacción de los visitantes

**Cuadro N° 109:** Encuesta para evaluar la satisfacción de los visitantes

			
NUESTROS SERVICIOS			
El servicio de transporte que usted recibió fue <i>Transportation was?</i>			
A la llegada a la operación el personal lo atendió <i>How are the people in this place</i>			
El servicio de alimentación que recibió en el CTC El Morlán fue <i>How do you quality the food in this establishment</i>			
El servicio de alimentación que recibió en el CTC El Morlán fue <i>How do you quality the food in this establishment</i>			
La limpieza en el CTC El Morlán fue <i>How World you quality the cleanliness of this establishment</i>			
La realización de actividades en el CTC El Morlán fueron <i>The activities were</i>			

El servicio de alojamiento en el CTC El Morlán fue <i>The accommodations were</i>			
Recomendaciones para mejorar nuestro servicio y atenderlo mejor: <i>Recommendations</i>			
Para uso del CTC El Morlán Fecha:                      Responsable:			

**Fuente:** Operadora de Turismo PuruhaRazurku. CORDTUCH. 2010.

### e. Normativa del CTC El Morlán

Las normas de conducta interna del CTC El Morlán regulan actividades de operación turística, permitiendo mantener un equilibrio organizacional con el turista.

#### 1) Normas de conducta para el visitante

##### a) Relación con el Patrimonio Natural

- No dejar huellas (basura, fuego y plantas quebradas)
- No dejar desechos plásticos, vidrios y otros que no sean de fácil reciclaje y si lo ha traído lléveselo de vuelta
- Acampar en áreas autorizadas por el CTC El Morlán
- Se prohíbe manchar, pintar o realizar cualquier tipo de grafiti en árboles o infraestructura del CTC El Morlán.
- No colecte semillas, plantas, insectos o animales.

##### b) Relación con la comunidad

- Se prohíbe dar regalos de cualquier tipo a los miembros de la comunidad.
- No se permite donaciones, cambios o venta de ropa usada a los miembros de las comunidades.
- Tome fotografías a las personas de la comunidad solamente con su autorización.
- No besarse ni abrazarse delante de los miembros de la comunidad.
- Absténgase de usar drogas y/o alcohol durante su visita.

- Evite el contacto íntimo con el guía o miembros de la comunidad, pues afectaría la moral y tradiciones culturales comunitarias.
- Respete los conocimientos locales
- Respete a las personas adultas especialmente los ancianos.
- Recuerde que nosotros tenemos conceptos de tiempo, espacio y cultura diferentes de usted. Por favor sea comprensible y respetuoso, asegurándole que las actividades comprometidas se cumplirán.

**c) Investigaciones**

- Es necesario solicitar los permisos respectivos para la realizar investigaciones, (previa autorización).
- Los habitantes locales deben participar en las investigaciones.

**d) Seguridad**

- Siga siempre las instrucciones del guía y personal del CTC El Morlán.
- Evite descuidar sus pertenencias.

**2) Normas de conducta entre los miembros del equipo de gestión de la comunidad para el turismo comunitario**

Los miembros del equipo de gestión del CTC El Morlán deben:

- Mantener un trato amable entre sí.
- Mantener conductas descendentes entre sí y que no incomoden a los turistas.
- Trabajar en conjunto y de manera coordinada.
- No ingerir bebidas alcohólicas ni drogas en su horario de trabajo, ni horas libres en las que se encuentren dentro del establecimiento.
- No fumar en las instalaciones o sitios que molesten a los visitantes.
- Abstenerse de utilizar aquellas áreas destinadas a los visitantes.
- Evitar reuniones sociales y fiestas que molesten a los visitantes.

- Ser separados de su trabajo en caso de que tengan comportamientos impropios o de acoso sexual hacia sus compañeros/as.

### **3) Normas de conducta entre los miembros del equipo de gestión del CTC El Morlán con el visitante**

Los miembros del equipo de gestión del CTC El Morlán deberán:

- Atender las necesidades del visitante con prontitud y amabilidad.
- Mantenerse fuera de las áreas destinadas para el descanso de los visitantes, excepto cuando sea requerido.
- Realizar las labores de limpieza y mantenimiento del establecimiento, sin molestar al visitante. (Seguir manuales del procedimiento).
- Abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas u otras sustancias que le impidan su correcto desenvolvimiento.
- Ser separados de su trabajo en el caso de que tengan comportamientos groseros, o de acoso sexual hacia los visitantes.
- Tener una limpieza personal permanente.
- Tener presente ciertos patrones culturales de los visitantes y respetarlos.
- Evitar gritos, y comportamientos exagerados que pueda molestar al visitante.
- No pedir regalos a los turistas.
- No toma las pertenencias de los turistas.

### **4) Normas de conducta entre el guía de la localidad y el visitante**

- Por lo menos una persona en el CTC El Morlán debe hablar inglés básico y de preferencia inglés avanzado.
- El personal en general debe ser tolerante a religiones, razas, sexualidad, política, etc.
- El personal debe ser consciente de la realidad ecológica de la zona, conocer los atractivos cercanos, estar capacitado para brindar un buen servicio e información al visitante.
- Debe cuidar su apariencia personal, ser amable, cortés y servicial, escuchar al visitante y estar siempre dispuesto a brindar un servicio rápido y eficiente.

- Los servicios serán prestados en forma responsable, puntual, con buena predisposición, acorde a lo que el cliente espera.
- El personal buscará siempre en lo posible exceder las expectativas de los visitantes y ayudarlos con sus dudas.
- Cuando se hable con un visitante se lo llamará por su nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándolo a los ojos, con un trato correcto y amistoso, evitando mascar chicle, fumar o comer.
- A la entrada o llegada de visitantes siempre habrá alguien quien les reciba, llene los documentos de recepción, les enseñe el entorno y las instalaciones del CTC El Morlán explicando el funcionamiento y localización de cada cosa; comunicándoles los horarios y dependencias donde se sirve el desayuno y las comidas.
- En épocas de gran afluencia de clientes o en los momentos del día en que se establece un contacto con ellos sobre todo en los desayunos y comidas, se vigilará especialmente nuestro aspecto personal y la limpieza de las ropas y el calzado.
- El CTC El Morlán, debe tener signos de identificación propios como: uniformes, placas de identificación de los empleados, etc.
  
- El personal del CTC El Morlán que va a estar en contacto con los visitantes debe tener las siguientes características:
  - **Comportamiento:**
    - Actuar con prontitud
    - Escuchar cuidadosamente al visitante
    - Ser atento
    - Actuar con comprensión
    - Dar explicaciones detalladas
    - Evitar formas poco comunes de hablar
    - Mostrar capacidad para el trabajo
    - Trato individual y personalizado
  
  - **Actitud:**

- Cortes
- Amistoso
- Educado
- Amable
- Atento
- Preocupado
- Responsable
  
- **Imagen:**
  - Cuidado general
  - Ropas
  - Zapatos
  - Cabello
  - Limpieza personal
  
- **Puntos clave del proceso de atención al visitante:**
  - Sonrisa
  - Contacto visual con el visitante
  - Utilizar el nombre del visitante
  - Prestar atención, estar atento
  - Utilizar el mismo lenguaje: tono, gestos.
  - Ser positivo
  - Demostrar respeto
  - Identificarse con el CTC El Morlán
  - Evitar eludir o traspasar responsabilidades
  - Conocer el servicio que prestamos
  - Cuidar el aspecto y la imagen de la persona
  - Cuidar de la imagen del CTC El Morlán
  - Actuar en forma natural
  - Demostrar seguridad y conocimiento

## 5) Normas para la prestación de servicios del CTC El Morlán

### a) Sendero

- Realizar a menudo una supervisión de los senderos para verificar el estado del camino.
- Tener en buen estado los senderos y caminos a ser visitados.
- Tratar de evitar la basura en el camino.
- Respetar el sendero señalado.

### b) Obligaciones formales para el ejercicio turístico del CTC El Morlán

- Obtener la Patente Municipal
- Obtener la Patente del Cuerpo de Bomberos
- Obtener el Certificado de Salud de la Dirección Provincial de Salud (alimentos y hospedaje)

### f. Mecanismo de redistribución

**Gráfico N° 110:** Porcentaje de contribución de los servicios que ofrece el CTC El Morlán.

Servicio	Precio por grupo	Porcentaje de contribución para fondo comunitario	de para fondo	Neto a pagar
Cabalgata por pax	\$ 9,00	5%	\$ 0,45	\$ 8,55
Guianza	\$ 20,00	5%	\$ 1,00	\$ 19,00
Transporte	\$ 25,00	5%	\$ 1,25	\$ 23,75
Convivencia comunitaria	\$ 20,00	5%	\$ 1,00	\$ 19,00

Almuerzo	\$ 4,00	5% \$ 0,20	\$ 3,80
Artesanías	\$ 1,50	5% 0,07	\$ 1,43

## 11. Áreas de capacitación

### a. Áreas de capacitación necesarias en el CTC El Morlán

Se implementará un programa de capacitación para todo el personal que trabajará en la ejecución del proyecto turístico, el cual será dictado mediante talleres participativos, que permita interactuar a los participantes con el instructor de una forma teórico práctico, esto permitirá fortalecer los conocimientos habilidades y destrezas del personal.

De acuerdo a las necesidades del proyecto, el personal se capacitará a 58 personas de los cuales 29 hombres y 29 mujeres, en los diferentes áreas como: administración de turismo comunitario, operación – guianza, alimentación, contabilidad y organizativo comunal.

Se identificarán a comuneros que por su afinidad con el área contribuyan en el desarrollo de la actividad turística comunitaria que sean capaces de asumirlas diferentes tareas que se le encomiende.

A continuación se detalla el programa de capacitación por áreas:

### b. Programa de capacitación para el centro de turismo comunitario El Morlán

**Tema:** Gestión del Turismo comunitario

**Objetivo general:**

- Capacitar al personal en las áreas de gestión empresarial del centro de turismo comunitario El Morlán.

**Objetivos específicos:**

- Obtener guías nativos capacitados entorno a su medio natural del CTC El Morlán.
- Obtener un personal capacitado en el área de alimentación con todos los conocimientos básicos y necesarios para el servicio de restaurante del CTC El Morlán.
- Disponer de un personal con aptitudes básicas relacionadas al área contable para la operación del CTC El Morlán.
- Revalorizar todos los elementos de la cultura indígena para que los pobladores de la comunidad se fortalezca su identidad.

**1) Área de Capacitación: Administrativa****Cuadro N° 111:** Contenido de la capacitación para el área administrativa.

<b>TEMAS A TRATAR</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Módulo 1: TURISMO COMUNITARIO</b>	
- Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.	<b>4</b>
<b>Módulo2: PAQUETES TURISTICOS</b>	
- Diseño técnico de paquetes turísticos. - Análisis de costos para paquetes turísticos.	<b>6</b>
<b>Módulo 3: COMUNICACIÓN COMERCIAL</b>	
- Conceptos básicos - Marketing Mix (Producto, plaza, precio, promoción). - Estrategias para la publicidad de imagen y de venta. - Estrategias para relaciones públicas. - Estrategias para las promociones. - Estrategias para el merchandising	<b>7</b>
<b>Módulo 4: ADMINISTRACION</b>	
- Procesos de Administración. - Planificación y dirección administrativa. - Recursos humanos. - Organización administrativa. - Control, reportes y seguimiento. - Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante. - Sistema de reservaciones. - Sistema de registro de visitantes. - Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante. - Elaboración de contratos. - Solución de Problemas.	<b>12</b>

- Políticas y procedimientos generales. - La Importancia de los Códigos de Conducta para huéspedes, proveedores, empleados y comunidades.	
<b>Módulo 5: MARCO LEGAL</b>	
- Actividades turísticas en el Ecuador. - Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario	<b>3</b>
<b>METODOLOGIA</b>	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.
<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>32</b>

## 2) Área de Capacitación: Operativo – Guianza

**Cuadro N° 112:** Contenido de la capacitación para el área de operativa – guianza

<b>TEMAS A TRATAR</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Módulo 1: Turismo Comunitario</b>	
- Gestión de turismo comunitario en el Ecuador.	<b>4</b>
<b>MÓDULO 2: FLORA Y FAUNA</b>	
- Flora y fauna del Ecuador - Flora representativa del lugar - Fauna representativa del lugar - Ornitología - La conservación, re-uso, reciclaje - Manejo de desechos - Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos. - Problemas ambientales generados por las actividades turísticas	<b>8</b>
<b>Módulo 3: INTERPRETACION Y EDUCACION AMBIENTAL</b>	
- Educación ambiental - Interpretación ambiental - Medios interpretativos - Manejo de áreas protegidas y naturales	<b>6</b>
<b>Módulo 4: CULTURA Y TRADICIONES</b>	
- Recursos turísticos - Identificación de fiestas populares - Identificación de tradiciones locales	<b>4</b>
<b>Módulo 5: TECNICAS DE GUIAR</b>	
- Técnicas de guiar - Atención a grupos - Rutas turísticas - Preparación de tours - Técnicas de animación - Geografía turística - Cartografía - Manejo de brújulas y GPS	<b>8</b>
<b>Módulo 6: PRIMEROS AUXILIOS Y CAMPAMENTISMO</b>	

- Primeros auxilios - Campamentismo - Supervivencia	<b>2</b>
<b>METODOLOGIA</b>	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.
<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>32</b>

### 3) Área de Capacitación: Operativo – Alimentación

**Cuadro N° 113:** Contenido de la capacitación para el área de operativo – alimentación.

<b>TEMAS A TRATAR</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>Módulo 1: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valor nutricional de los productos locales y orgánicos</li> <li>- Manejo de géneros</li> <li>- Elaboración de recetas estándar y tradicionales de la zona</li> <li>- Preparación de recetas estándar (Desayunos, Almuerzos, cenas, box lunch)</li> <li>- Elaboración de menús y cartas</li> <li>- Elaboración de jugos, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.</li> <li>- Elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.</li> <li>- Elaboración de Box Lunch.</li> </ul>	<b>20</b>
<b>Módulo 2: DEFINICIÓN DE PRECIOS E INVENTARIOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de precios de venta de alimentos y bebidas</li> <li>- Elaboración de Inventarios de materiales, equipo y utensilios que se utiliza en la cocina</li> <li>- Procedimientos en caso de emergencias en la cocina</li> </ul>	<b>12</b>
<b>Módulo 3: TECNOLOGÍA DE RESTAURANTE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estilos de servicio</li> <li>- Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas</li> <li>- Montaje de mesas para desayuno, menú y carta</li> <li>- Recepción y toma de comandas a clientes</li> </ul>	<b>12</b>
<b>Módulo 4: MANIPULACIÓN E HIGIENE DE ALIMENTOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- N° 1 Salubridad de la comida</li> <li>- Enfermedades Alimenticias.</li> <li>- Tipos de Contaminación.</li> <li>- Contaminación de los Alimentos.</li> <li>- N° 2 Higiene del Manipulador</li> <li>- Normas de aseo personal del manipulador.</li> </ul>	<b>20</b>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como lavarse las manos.</li> <li>- Uso de guantes desechables.</li> <li>- N° 3 Limpiar y desinfectar</li> <li>- Diferencia.</li> <li>- Tipos de desinfección.</li> <li>- Desinfección con cloro.</li> <li>- Desinfección de utensilios y espacio físico.</li> <li>- Desinfección de alimentos.</li> <li>- Almacenamiento de productos de limpieza.</li> </ul>	
<b>METODOLOGIA</b>	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.	
<b>TIEMPO TOTAL</b>		<b>64</b>

#### 4) Área de Capacitación: Operativo – Contabilidad

**Cuadro N° 114:** Contenido de la capacitación para el área de operativa – contabilidad.

<b>TEMAS A TRATAR</b>		<b>TIEMPO</b>
<b>Módulo 1: CONTABILIDAD BÁSICA APLICADA AL TURISMO</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos Básicos</li> <li>- Elaboración de inventarios</li> <li>- Emisión, y manejo de recibos, facturas, notas de venta.</li> <li>- Elaboración de proceso contable( Plan de cuentas, estado de situación inicial, diario general, mayorización, balance de comprobación, estados financieros, análisis financiero, libro de caja, libro bancos, conciliaciones bancarias.</li> <li>- Elaboración de estados financieros</li> <li>- Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos</li> <li>- Elaboración de roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.</li> </ul>	<b>32</b>
<b>METODOLOGIA</b>	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.	
<b>TIEMPO TOTAL</b>		<b>32</b>

#### 5) Área de Capacitación: Organizativo–Comunal (Fortalecimiento de la identidad cultural)

**Cuadro N° 115:** Contenido de la capacitación para el área de operativa – comunal.

<b>TEMAS A TRATAR</b>		<b>TIEMPO</b>
<b>Módulo 1: CULTURA E IDENTIDAD</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptualización</li> <li>- Características y transmisión de la cultura</li> <li>- El Ecuador: País pluricultural, pluri-étnico y multilingüe.</li> </ul>	<b>8</b>
<b>Módulo 2: ETNOGRAFIA</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Espacialidad</li> </ul>	<b>8</b>

- Temporalidad	
- Funcionalidad	
<b>Módulo 3: PATRIMONIO CULTURAL</b>	
- Cosas de Respeto	<b>16</b>
- Saber Popular diario	
- Símbolos y valores	
<b>METODOLOGIA</b>	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.
<b>TIEMPO TOTAL</b>	<b>32</b>

**c. Matriz resumen del programa de capacitación**

**Cuadro N° 116: Programas de capacitación**

N°	Área de capacitación	Temas de capacitación	Personal mínimo a capacitar	Horas de duración	Tiempo de ejecución
1	Administrativa	Gestión de empresas turísticas comunitarias	4 representantes del CTC El Morlán (2 hombres y 2 mujeres).	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
2	Operativo	Guianza	5 representantes del CTC El Morlán (3 hombres y 2 mujeres).	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
3	Operativo – Alimentación	Formación de Chef comunitarios	5 representantes del CTC El Morlán (2 hombres y 3 mujeres).	64	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
4	Operativo – Contabilidad	Formación de personal con conocimientos en Contabilidad.	3 representantes del CTC El Morlán (1 hombre y 2 mujeres).	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
5	Organizativo – Comunal	Fortalecimiento de la identidad cultural.	2 Representantes de cada organización o sector de la comunidad de El Morlán (total de 40 personas)	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
<b>Total</b>				<b>192</b>	<b>12 fines de</b>

Nº	Área de capacitación	Temas de capacitación	Personal mínimo a capacitar	Horas de duración	Tiempo de ejecución
					semana

#### d. Acciones y responsabilidades

**Cuadro N° 117.** Acciones y responsabilidades para la capacitación en el área de administración

ACCIONES	RESPONSABLES
Capacitación en el área de administración	Ing. En Ecoturismo Profesional en área turística Profesional en ecología Guía Profesional de turismo Chef nacional e internacional Auditor y contabilidad Líder reconocido
Gestión a las entidades pertinentes	Junta parroquial de Imantag Municipio de Cotacachi Ministerio de turismo

#### e. Requerimientos para las áreas de capacitación

##### 1) Requisitos para la participación en las diferentes áreas de capacitación

- Copias de cédulas.
- Los participantes deberán ser socios activos dentro de la comunidad.
- Portar el AVAL de la comunidad a la que representa.

##### 2) Horarios de capacitación

Las capacitaciones se dictarán los días sábados y domingos durante 3 meses y tendrán un horario de 8h a.m. hasta las 16h p.m.

**Cuadro N° 118:** Presupuesto para las áreas de capacitación

<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Instructores	192 Horas	\$ 20,00	\$ 3.840,00
Coordinador de logística para el curso	2	\$ 500,00	\$1000,00
Certificados	70	\$ 6,50	\$ 455,00
Alimentación participantes	76	\$ 7,00	\$ 532,00
Materiales de trabajo	70	\$ 3,00	\$ 210,00
Transporte (movilización)	Global	Global	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.237,00</b>

## 12. Evaluación de impactos ambientales y culturales

### a. Identificación de los Impactos Ambientales

La identificación de los Impactos Ambientales se lo realizó partiendo de los elementos ambientales analizados:

- El Medio Físico.
- El Medio Biótico.
- El Medio Socio-económico y cultural

#### 1) Medio Físico

- Presencia de basura en los espacios de la comunidad, especialmente plásticos, latas, papeles.
- Existe un impacto producido por desechos orgánicos.
- Degradación de suelos de uso agrícola, debido a la utilización de abonos químicos.
- Mala distribución de espacios en las viviendas.

- Existe un mal manejo en la ubicación de los animales domésticos como vacas, cerdos, ovejas, chivos, burros, caballos ya que están junto a las casas.

## **2) Medio Biótico**

- La deforestación.
- Introducción de especies exóticas que gastan el suelo fértil, como el pino y eucalipto.

## **3) Medio Socio Económico-Cultural**

El análisis de este medio se determinó al analizar las repercusiones a la población de comunidad que causan ciertos factores:

- En la comunidad no existe alcantarillado, algunas viviendas poseen letrinas y pozos ciegos las mismas que se encuentran en mal estado.
- La población tiene básicamente educación primaria y algunos son analfabetos.
- Existe un alto grado de migración especialmente los jóvenes, que salen a Quito a trabajar.
- Falta de higiene en las viviendas.

### **b. Evaluación.**

Se utilizó la Matriz de Leopold.

## 1) Análisis de la Matriz.

componentes ambientales	Actividades												impactos	criterios de evaluación								
	1. llegada de turistas	2. interpretación cultural y ambiental	3. contacto con las comunidades	4. Agroturismo	5. caminatas	6. fotografía	7. fotografía	8. cabalgata	9. camping	10. adecuación de senderos	11. RECREACION	12. señalización		naturaleza	magnitud	importancia	certeza	tipo	reversibilidad	duración	tiempo en aparecer	ponderación
a. aire	X										X		emisión de ruido	(-)	1	0	C	SC	1	3	C	4
b. suelo	X				X		X	X			X		compactación	(-)	2	1	C	PR	2	2	C	7
		X		X	X					X			recuperación	+	1	2	C	PR	2	3	M	8
				X	X								cambios en la composición fisicoquímicos	(-)	2	2	D	PR	1	3	M	8
	X				X				X	X	X		incremento de desechos solidos	(-)	2	2	C	PR	1	1	C	6
				X									disminución de la erosión	+	2	3	D	PR	2	2	M	9
	X								X				presencia de fogatas	(-)	1	1	D	PR	2	1	C	5
agua	X												aumento de sólidos en suspensión	(-)	2	2	D	PR	1	3	C	8
											X		alteración composición fisicoquímico	(-)	1	2	I	PR	2	2	M	7
	X												alteración microbiológica	(-)	1	2	I	PR	1	3	C	7
	X												aumento en el consumo	(-)	2	2	I	PR	2	3	C	9
	X												emisión de malos olores	(-)	1	2	D	PR	1	3	C	7
										X		X		arrastre de sedimentos	(-)	2	2	D	PR	2	3	M
flora y					X								perdida de flora nativa	(-)	2	3	C	PR	2	2	M	9

fauna				X						X		X	recuperación del hábitat	+	2	2	D	PR	1	2	C	7	
	X				X	X							perturbación a fauna	(-)	1	2	C	PR	2	2	C	7	
					X								modificación de hábitos alimenticios	(-)	2	2	D	PR	2	3	M	9	
E. SOCIO - ECONOM ICO	X	X		X	X	X	X	X	X		X		AUMENTO DE TURISMO EN LA ZONA	+	3	3	D	PR	2	3	M	1 1	
				X	X		X	X	X				SOBRECARGA TURISTICA	(-)	2	3	D	PR	2	2	M	9	
	X	X		X									INTERCAMBIO CULTURAL	+	3	3	D	PR	2	3	M	1 1	
	X			X	X		X	X	X		X		INGRESOS ECONOMICOS	+	2	2	C	PR	2	3	M	9	
	X			X	X	X	X	X	X		X		IMPLEMENTACION DE ACTIVIDADES ALTERNATIVAS	+	2	3	C	PR	3	3	M	1 1	
				X	X	X	X	X	X	X				ESPARCIMIENTO Y RECREACION	+	2	2	C	PR	2	3	M	9
				X	X		X	X	X	X	X			GENERACION DE EMPLEO	+	3	3	C	PR	2	3	M	1 1
		X		X	X									SENCIBILIZACION SOBRE RESPETO A LA NATURALEZA	+	3	3	C	PR	2	3	L	1 1

(+): Impacto positivo, (-) Impacto negativo, Pr: Primario, Sc: Secundario, Na: NO aplica certeza, C: si el tiempo ocurrirá con una probabilidad del 75%, D: si el tiempo ocurrirá con una probabilidad entre el 50 a 75%, I: Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto, **Tiempo en aparecer**, C: corto plazo, M: Mediano plazo, L: Largo plazo.

Cuadro N° 119: Cuantificación de impactos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES												TOT AL (+)	TOT AL (-)	TOT AL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
<b>A</b>	<b>-4</b>										<b>-4</b>			<b>8</b>	<b>8</b>
<b>B</b>	<b>-7, -6, -5</b>	<b>+8</b>		<b>+8, -8, +9</b>	<b>-7, +8, -8, -6</b>			<b>-7</b>	<b>-6, -5</b>	<b>+8, -6</b>	<b>-6</b>	<b>-7</b>	<b>41</b>	<b>84</b>	<b>125</b>
<b>C</b>	<b>-8, -7, -9, -7</b>									<b>-9</b>	<b>-7</b>	<b>-9</b>		<b>56</b>	<b>56</b>
<b>D</b>	<b>-7</b>			<b>+7</b>	<b>-9, -7, -9</b>	<b>-7</b>				<b>+7</b>		<b>+7</b>	<b>21</b>	<b>39</b>	<b>60</b>
<b>E</b>	<b>+11, +11, +9, +11</b>	<b>+11, +11, +11</b>		<b>+11, -9, +11, +9, +11, +9, +11, +11</b>	<b>+11, -9, +9, +11, +11</b>	<b>+11, +11, +9</b>	<b>+11, -9, +9, +11, +11</b>	<b>+11, -9, +9, +11, +11</b>	<b>+11, -9, +9, +11, +11</b>	<b>+9, +11</b>	<b>+11, +9, +11, +9, +11</b>	<b>+11</b>	<b>476</b>	<b>45</b>	<b>521</b>
<b>TOTAL (+)</b>	<b>42</b>	<b>41</b>		<b>97</b>	<b>70</b>	<b>31</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>35</b>	<b>51</b>	<b>18</b>	<b>538</b>		
<b>TOTAL (-)</b>	<b>60</b>			<b>17</b>	<b>55</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>16</b>		<b>232</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>41</b>		<b>114</b>	<b>125</b>	<b>38</b>	<b>59</b>	<b>66</b>	<b>70</b>	<b>50</b>	<b>68</b>	<b>34</b>			<b>770</b>

Implementando el proyecto de turismo comunitario en la comunidad de El Morlán tiene un impacto positivo, obteniendo en la sumatoria un valor de (538) por lo tanto el desarrollo del producto turístico no causará impacto ambiental de gran magnitud.

Los efectos positivos se refleja básicamente en los factores socio-económico con valor (476) debido a que las actividades turísticas propuestas están con un enfoque de aprovechamiento sostenible de los recursos a fin de que la comunidad sea la que beneficie.

Dentro del componente ambiental suelo predomina el impacto negativo (84) frente a los impactos positivos (41), debido a que el proyecto cuenta con caminata, cabalgata, camping, entre otros, estas actividades turísticas, mientras no cuentan con su debido estudio profundo de mitigación, son las que causan impactos negativos.

Otro de los componentes ambientes afectados negativamente son las especies de flora y fauna (56) que de igual manera están relacionadas con el desarrollo de las actividades turísticas.

Además de que el componente ambiental agua se encuentra afectado dentro de los impactos negativos, debido a que con la llegada de los turistas implica mayor consumo de este recurso, por lo tanto mayor incremento de las aguas servidas.

### c. Medida de mitigación de impactos

**CuadroN° 120:** Medida de mitigación de impactos

<b>IMPACTO</b>	<b>ORIGEN</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCION</b>
Contaminación del agua por desechos	Desarrollo de actividad turística	Educación ambiental	Proveer de información indicando menos consumo de recursos.
Contaminación del suelo por desechos	Inexistencia de un plan de manejo de desechos sólidos.	Plan de manejo de desechos	Capacitación en manejo de desechos sólidos. Campaña para el manejo de los residuos en la comunidad.
Pérdida de la	Desarrollo de	Realizar una	Realizar un estudio

<b>IMPACTO</b>	<b>ORIGEN</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCION</b>
cobertura vegetal	sendero y circuitos turísticos.	zonificación	de la capacidad de carga. Realizar monitoreo de la actividad turística. Realizar programas de forestación y reforestación.
Afectación de la cultura local	Desarrollo de la actividad turística	Fortalecimiento de la forma de vida local	Revitalizar las manifestaciones culturales. Capacitación en la identidad y fortalecimiento de la identidad cultural.

### **13. Marco Legal para la operación**

Dentro de la comunidad de El Morlán existe un gran interés para desarrollar la actividad turística por lo que es necesario la implementación y creación de una organización de turismo comunitario, por tanto una comisión de turismo dentro de la comunidad de El Morlán será la encargada de realizar todas las gestiones en las instituciones pertinentes.

El desarrollo de la actividad turística comunitaria estará amparado por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), la cual garantizará a los turistas y operadoras de turismo, una participación equitativa y sostenible de la población en el ejercicio del turismo.

Un trabajo coordinado entre el Ministerio de Turismo del Ecuador y la FEPTCE, promueve que las comunidades reconozcan legalmente su operación bajo la categoría de CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO (CTC), en consecuencia ésta sería la condición más óptima a ser adoptada por la comunidad El Morlán para participar de la actividad turística. A continuación se detalla el marco legal pertinente que sustenta la creación y operación de un CTC.

## **a. Base Legal**

En el orden jerárquico, tenemos los siguientes:

### **1) Constitución Política de la República: Arts. 84, 85, 245, 246**

Se reconoce y garantiza a las comunas, comunidades de las nacionalidades y pueblos el derecho pleno de ejercer y hacer respetar los derechos colectivos a la cultura, a la economía, a los recursos naturales, al territorio en donde se produce la vida (la pacha mama), entre otros; la economía en el país se desenvuelve con la concurrencia del sector público, privado, mixto y comunitario; y, se reconoce diversas formas de organización de la producción o emprendimientos en la economía de forma asociativa o comunitaria. En este mismo sentido se estatuye en el Convenio 169-OIT, Sobre Pueblos Indígenas y Tribuales, siendo el Ecuador también su signatario.

### **2) Ley de Turismo: Arts. 3, 7, 8, 12, 13, 14**

Para legalizar las iniciativas y gestiones turísticas a nivel comunitario entra en vigencia mediante el acuerdo N° 200030075 del Ministerio de Turismo, desde el 05 de Agosto del 2003, con el fin de que en el Ecuador todas las actividades turísticas se desarrollen de forma sostenible y que las comunidades ingresen a este campo.

Por lo tanto seestablece el derecho de las comunidades, y sus organizaciones que las representan, a ejercer actividades turísticas, en igualdad de condiciones con los otros actores turísticos.

Además el registro de la actividad turística se realizara en el Ministerio de Turismo y a obtener la licencia de funcionamiento.

### **3) Reglamento de Registro de Centros Turísticos Comunitarios**

Se establece las siguientes disposiciones:

- El derecho de las comunidades a ejercer cualquier actividad turística, a excepción de los Casinos y salas de juego;
- Determina los requisitos para obtener el **Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento**.
- Establece el procedimiento interno del Ministerio de Turismo para registrar a un Centro de Turismo Comunitario.
- Dispone que las comunidades deben promover en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.
- Declara la autoridad del Ministerio de Turismo en caso de abuso de los representantes de los Centros Turísticos Comunitarios hacia los turistas.

#### 4) Procedimiento

Todas las personas, naturales o jurídicas, que ejerzan la actividad turística en el Ecuador, deben cumplir con dos requisitos legales obligatorios:

- Obtener el **Registro de Turismo**, del Ministerio del ramo, que es una certificación de que la actividad que se realiza está enmarcada dentro de la normativa turística; y,
- Obtener la **Licencia Única Anual de Funcionamiento**, del Ministerio de Turismo o de las Municipalidades descentralizadas, para ejercer año a año la actividad registrada.

Con el objeto de cumplir estos dos requisitos prescritos en las leyes, las sociedades o personas jurídicas que representan a una Comunidad deberán reunir los siguientes documentos:

##### 1) Requisitos para el Ministerio de Turismo

- Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico.
- Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo.

- Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
- Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- Informe técnico que justifique la calidad de comunitariodel Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.
- Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.
- (Art. 2., Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, vigente).

## **2) Tramitación ante el Ministerio de Turismo**

Los siguientes son los pasos u hoja de ruta de nuestra carpeta en el Ministerio de Turismo:

- Recepción de la solicitud, y la carpeta de documentos señalados anteriormente, en la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo (Direcciones Provinciales o Gerencias Regionales).
- Designación de fecha y hora para una Inspección a la comunidad.
- Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados.
- En la referida inspección de procederá a llenar la Hoja de Planta Turística.
- Ingreso de la información en la base de datos del Ministerio de Turismo.
- Apertura de un número de registro, número de folio en el que se ingresa y del expediente.
- Expedición del certificado de Registro.

**La Hoja de Planta Turística**, que señala el Reglamento, es un documento que recoge la información in situ (en el sitio), por el funcionario del Ministerio al momento de inspeccionar a la comunidad. La sugerencia es que este formulario la tengamos preparado para facilitar la información al Delegado/a responsable que nos visite.

**La Ficha o Encuesta** que señalamos, es un documento con información básica de la comunidad y de la persona jurídica que la representa. Igualmente, esta ficha puede solicitarse directamente en las oficinas de la FEPTCE y puede ser suscrita en forma previa; caso contrario, sus Dirigentes se encargarán de llenarla antes de emitir el Informe que expresa el Reglamento.

En cuanto a la tramitación ante la FEPTCE para obtener el Informe previo, ésta es sencilla puesto que se busca incluir a toda comunidad u organización comunitaria que realmente lo merezca. Presentaremos la carpeta con los documentos indicados. Si la organización es nueva o desconocida para la FEPTCE, se realizará una Inspección para verificar los datos comunitarios. La información de la mayoría de las organizaciones afiliadas a la FEPTCE hoy en día reposan en los archivos institucionales y se conoce con cierta exactitud qué proyectos son comunitarios y cuáles son únicamente familiares o privados.

### **3) Obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento**

La legislación vigente es clara en este sentido: se obtiene la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), si se cuenta con el Registro de Turismo expedido por el Ministerio, y la otorgan ya sea el mismo Ministerio de Turismo en los cantones sin competencias turísticas, o en las Municipalidades con dichas competencias.

Ante el Ministerio, los requisitos para obtener la LUAF son:

- a) Constancia del pago del valor por este concepto, que actualmente es de ochenta dólares (Acuerdo Ministerial N° 20050015, ya citado); y,
- b) Copia certificada del Registro de Turismo.

Ante las Municipalidades descentralizadas, la obtención de la LUAF variará de acuerdo a sus correspondientes Ordenanzas. Hay que reconocer que a nivel de todo el país, hasta febrero de 2008 no existía alguna Ordenanza que regule el turismo comunitario; en consecuencia, ningún Centro de Turismo Comunitario está obligado a pagar este valor por la LUAF, porque en materia tributaria, a menos que exista una regulación específica debidamente publicada en el Registro Oficial, no puede gravarse tasas o tributos por ningún concepto.

Se analizaba si jurídicamente el Ministerio de Turismo podría expedir las LUAF en los cantones en donde ha transferido sus competencias, pero que aún no cuentan con una Ordenanza que establezca la Tasa por concepto de Turismo Comunitario, y es unánime el criterio de que no puede hacerlo porque la transferencia de competencias legales implica la pérdida de ellas por el Ministerio. Es decir, el Ministerio de Turismo no tiene competencia para cobrar las LUAF en los cantones cuyo Municipio tenga dichas atribuciones legales.

#### 14. Estudio económico y financiero

Se realizó el estudio económico y financiero, tomando en cuenta los costos e inversiones del proyecto: activos fijos, activos diferidos y las inversiones en capital de trabajo que son los gastos que necesita el proyecto para ejecutarse, además los gastos de mantenimiento e ingresos, es decir las proyecciones de ventas y utilidades.

Se determinó el flujo de caja que nos ayudó a obtener una visión de la liquidez del proyecto la cual sirvió de base para calcular la rentabilidad del mismo, determinando el RCB (Razón-Costo-Beneficio), VAN, (Valor Neto Actual) y el TIR, (Tasa Interna de Retorno).

##### a. **Proyección de la demanda**

**Cuadro N° 121:** Proyección de la demanda objetiva de los turistas extranjeros.

<b>AÑOS</b>	<b>Año proyección</b>	<b>DEMANDA</b>
2010	0	508
2011	0	518
2012	0	528
2013	1	<b>539</b>
2014	2	549
2015	3	560
2016	4	572
2017	5	583
2018	6	595
2019	7	607
2020	8	619
2021	9	631
2022	10	644

**b. Ingresos del centro de turismo comunitario El Morlán**

**Cuadro N° 122:** Ingresos para el centro de turismo comunitario El Morlán

INGRESOS CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO EL MORLÁN								
AÑOS	ENTRADAS	PAQUETE 1		PAQUETE 2		PAQUETE 3		TOTAL ENTRADAS
		26%	40,00	38%	83,00	36%	89,00	
1	539	140	5.601,98	205	16.989,09	194	17.258,42	<b>39.849,49</b>
2	549	143	5.714,02	209	17.328,87	198	17.603,58	<b>40.646,48</b>
3	560	146	5.828,30	213	17.675,45	202	17.955,66	<b>41.459,41</b>
4	572	149	5.944,87	217	18.028,96	206	18.314,77	<b>42.288,60</b>
5	583	152	6.063,77	222	18.389,54	210	18.681,07	<b>43.134,37</b>
6	595	155	6.185,04	226	18.757,33	214	19.054,69	<b>43.997,06</b>
7	607	158	6.308,74	231	19.132,48	218	19.435,78	<b>44.877,00</b>
8	619	161	6.434,92	235	19.515,12	223	19.824,50	<b>45.774,54</b>
9	631	164	6.563,62	240	19.905,43	227	20.220,99	<b>46.690,03</b>
10	644	167	6.694,89	245	20.303,54	232	20.625,41	<b>47.623,83</b>

**c. Costos de operación y mantenimiento**

**Cuadro N° 123:** Remuneración al personal.

ÁREA	SUELDO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Administrativa	300,00	3.600,00	3.780,00	3.780,00	3.780,00	3.969,00	3.969,00	3.969,00	4.167,45	4.167,45	4.167,45
Alojamiento	250,00	3.000,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.307,50	3.307,50	3.307,50	3.472,88	3.472,88	3.472,88

Alimentación	250,00											
		3.000,00	3.150,00	3.150,00	3.150,00	3.307,50	3.307,50	3.307,50	3.472,88	3.472,88	3.472,88	
<b>TOTAL</b>		<b>9.600,00</b>	<b>10.080,00</b>	<b>10.080,00</b>	<b>10.080,00</b>	<b>10.584,00</b>	<b>10.584,00</b>	<b>10.584,00</b>	<b>11.113,20</b>	<b>11.113,20</b>	<b>11.113,20</b>	

**Cuadro N° 124:** Costos área alimentación

INSUMOS	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>TOTAL</b>	<b>207,75</b>	<b>831,0</b>	<b>9972,0</b>	<b>10.171,4</b>	<b>10.374,9</b>	<b>10.582,4</b>	<b>10.794,0</b>	<b>11.009,9</b>	<b>11.230,1</b>	<b>11.454,7</b>	<b>11.683,8</b>	<b>11.917,5</b>	<b>12.155,8</b>

**Cuadro N° 125:** Costos área de servicios básicos

RUBROS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Energía eléctrica	35,34	36,05	36,77	37,50	38,25	39,02	39,80	40,59	41,41	42,23	43,08

**Cuadro N° 126:** Costos área de baterías sanitarias

RUBROS	MENSUAL	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Papel higiénico	33,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00
Jabón de tocador	54,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00	1044,00
<b>TOTAL</b>	<b>87,00</b>	<b>1.692,00</b>										

**Cuadro N° 127:** Costos de promoción

RUBROS	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Tarjetas de presentación	70,00	70,70	71,41	72,12	72,84	73,57	74,31	75,05	75,80	76,56	77,32



## d. Inversión requerida

Cuadro N° 130: Costos de inversión

<b>INVERSIÓN REQUERIDA</b>				
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>UNIDA D</b>	<b>CANTIDA D</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>INVERSIÓN TOTAL</b>
<b>INFRAESTRUCTURA FÍSICA</b>	m2		<b>44.746,76</b>	<b>44.746,76</b>
Restaurante	m2	1	14.803,76	14.803,76
Cabañas	m2	1	29.943,00	29.943,00
<b>ÁREA DE ALIMENTACIÓN</b>			<b>4.617,30</b>	<b>4.617,30</b>
Mesones de hierro inoxidable	U	1	596,30	596,30
Refrigerador	U	1	1460,00	1460,00
Horno	U	1	832,00	832,00
Platos base	U	24	36,00	36,00
Consomeras	U	24	30,00	30,00
Platos planos	U	24	36,00	36,00
Tazas y plato de café	U	24	60,00	60,00
Calefacción	U	1	650,00	650,00
Extintor de incendios	U	1	45,00	45,00
Carta del menú	U	4	40,00	40,00
Uniforme: delantal y gorro	U	4	72,00	72,00
Servilleta especial	U	30	150,00	150,00
Mantelería especial	U	10	120,00	120,00
J. Cortinas text.	U	2	40,00	40,00
Objetos antiguos	U	0	130,00	130,00
Cuadros y fotografías de la comunidad	U	15	90,00	90,00
Plantas silvestres	U	0	140,00	140,00
Paja	U	0	90,00	90,00
<b>ÁREA DE ALOJAMIENTO</b>				<b>8.409,03</b>
Equipamiento recepción	Global	1	1.454,48	1.454,48
Equipamiento sala espera	Global	1	836,00	836,00
Equipamiento habitaciones	Global	1	5.484,40	5.484,40
Equipamiento Baño	Global	1	634,15	634,15
<b>Otras inversiones</b>				<b>20.683,20</b>
Material guías	U	2	15,00	30,00
Sistema informativo bordados	Global	1	950,00	950,00
Sistema de señalización OTCM	Global	1	19.733,20	19.733,20
<b>TOTAL</b>				<b>78.456,29</b>

## e. Depreciación de activos fijos

Cuadro N° 131: Depreciación de activos fijos

INVERSIÓN REQUERIDA				
ACTIVOS FIJOS	VALOR HISTÓRICO	V. SALVAMENTO	VIDA UTIL(Años)	DEPRECIACIÓN
Infraestructura física	44.746,76	17.898,70	20	1.342,40
Área de Alimentación	4.617,30	1.846,92	10	277,04
Área de Alojamiento	8.409,03	3.363,61	10	504,54
Otras inversiones	20.683,20	8.273,28	10	1.240,99
Área de Capacitación	3500,00	1.400,00	10	210,00
<b>TOTAL</b>		<b>32.782,52</b>		<b>3.574,97</b>

## f. Pérdidas y ganancias

Cuadro N° 132: Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS											
	Años										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INGRESOS</b>											
Ventas paquetes	39.068,13	39.849,49	40.646,48	41.459,41	42.288,60	43.134,37	43.997,06	44.877,00	45.774,54	46.690,03	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>39.068,13</b>	<b>39.849,49</b>	<b>40.646,48</b>	<b>41.459,41</b>	<b>42.288,60</b>	<b>43.134,37</b>	<b>43.997,06</b>	<b>44.877,00</b>	<b>45.774,54</b>	<b>46.690,03</b>	
<b>EGRESOS</b>											
<b>GASTOS POR VENTAS</b>	<b>10.995,26</b>	<b>11.215,17</b>	<b>11.439,47</b>	<b>11.668,26</b>	<b>11.901,62</b>	<b>12.139,66</b>	<b>12.382,45</b>	<b>12.630,10</b>	<b>12.882,70</b>	<b>13.140,35</b>	
Área de alimentación	10.171,44	10.374,87	10.582,37	10.794,01	11.009,89	11.230,09	11.454,69	11.683,79	11.917,46	12.155,81	
Área de artesanías	823,82	840,30	857,10	874,25	891,73	909,56	927,76	946,31	965,24	984,54	
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>21.438,12</b>	<b>15.744,15</b>	<b>15.753,76</b>	<b>15.763,47</b>	<b>16.333,49</b>	<b>16.343,41</b>	<b>16.353,44</b>	<b>16.951,79</b>	<b>16.962,04</b>	<b>16.972,40</b>	
Remuneración al personal	9.600,00	10.080,00	10.080,00	10.080,00	10.584,00	10.584,00	10.584,00	11.113,20	11.113,20	11.113,20	
Aporte al IESS	1.070,40	1.123,92	1.123,92	1.123,92	1.180,12	1.180,12	1.180,12	1.239,12	1.239,12	1.239,12	
Servicios básicos	36,05	36,77	37,50	38,25	39,02	39,80	40,59	41,41	42,23	43,08	
Útiles de limpieza	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00	
Promoción	878,70	887,49	896,36	905,33	914,38	923,52	932,76	942,09	951,51	961,02	
Capacitación al personal	6.237,00										
Depreciaciones	3.574,97	3.574,97	3.574,97	3.574,97	3.574,97	3.574,97	3.574,97	3.574,97	3.574,97	3.574,97	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>32.433,38</b>	<b>26.959,32</b>	<b>27.193,23</b>	<b>27.431,73</b>	<b>28.235,11</b>	<b>28.483,07</b>	<b>28.735,89</b>	<b>29.581,89</b>	<b>29.844,74</b>	<b>30.112,75</b>	
<b>DEFICIT O SUPERAVIT</b>	<b>6.634,74</b>	<b>12.890,17</b>	<b>13.453,25</b>	<b>14.027,68</b>	<b>14.053,49</b>	<b>14.651,30</b>	<b>15.261,16</b>	<b>15.295,11</b>	<b>15.929,80</b>	<b>16.577,28</b>	

## g. Flujo de caja

Cuadro N° 133: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA											
RUBRO /AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS NETAS	0,00	39068,13	39849,49	40646,48	41459,41	42288,60	43134,37	43997,06	44877,00	45774,54	46690,03
DEPRECIACIONES	0,00	3574,97	3574,97	3574,97	3574,97	3574,97	3574,97	3574,97	3574,97	3574,97	3574,97
COSTO DE VENTAS	0,00	10995,26	11215,17	11439,47	11668,26	11901,62	12139,66	12382,45	12630,10	12882,70	13140,35
GASTOS OPERATIVOS	0,00	21438,12	15744,15	15753,76	15763,47	16333,49	16343,41	16353,44	16951,79	16962,04	16972,40
UTILIDAD NETA	<b>0,00</b>	<b>10209,72</b>	<b>16465,15</b>	<b>17028,23</b>	<b>17602,65</b>	<b>17628,46</b>	<b>18226,28</b>	<b>18836,14</b>	<b>18870,09</b>	<b>19504,77</b>	<b>52934,77</b>
INVERSIONES DE ACT. FIJO	78456,29	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO DE CAJA NETO	<b>-78456,29</b>	<b>10209,72</b>	<b>16465,15</b>	<b>17028,23</b>	<b>17602,65</b>	<b>17628,46</b>	<b>18226,28</b>	<b>18836,14</b>	<b>18870,09</b>	<b>19504,77</b>	<b>52934,77</b>

## h. Evaluación financiera

**Cuadro N° 134:** Análisis financiera de la rentabilidad del proyecto

<b>VAN=</b>	\$ 10.852,76
<b>TIR=</b>	19%
<b>Relación costo beneficio</b>	3,64

### 1) Valor actual neto

El proyecto de Turismo comunitario para la comunidad de El Morlán tiene un VAN de \$10.852,76, dando a conocer como resultado de que existe una rentabilidad aceptable.

### 2) Tasa de rendimiento interna

La TIR del proyecto turístico de El Morlán es de 19%, lo que quiere decir que es viable económicamente el proyecto.

### 3) Relación beneficio / costo

La relación beneficio costo del proyecto turístico se obtiene al dividir el valor actualizado del flujo de ingresos, por el valor actualizado del flujo de costos obteniendo el RCB de 3,78, lo que indica que por cada 3 dólares invertido se tendrá una ganancia de 0,64 centavos de dólar.

## V. CONCLUSIONES:

- A. La evaluación de potencialidad turística de la parroquia Imantag da cuenta de una alta concentración de atractividad en la comunidad El Morlán y una proyección de demanda objetivo con un alto interés de consumo, lo cual constituye una oportunidad para emprender la actividad turística y fortalecerla como un eje de desarrollo local para lo cual requiere: mejorar la dotación de servicios básicos, implementar y equipar planta turística y fortalecer las capacidades locales para la prestación y administración de los servicios turísticos.
  
- B. El diseño técnico del producto turístico se enfoca en la potencialización y uso sostenible del patrimonio natural y cultural de la comunidad de El Morlán, integrando la oferta local a la existente a nivel cantonal y que utiliza atractivos focales posicionados en el mercado para generar una oferta significativa y alcanzar la demanda planificada en el corto y mediano plazo.
  
- C. El estudio financiero determina que el producto turístico diseñado es económica y financieramente rentable pues alcanza una TIR del 19%, un VAN de \$ 10.852,76 y una relación costo beneficio de 3,64.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- A.** Gestionar la implementación de la presente propuesta ante los GAD parroquial, municipal y provincial, con la finalidad de dinamizar las prácticas productivas del territorio a través de una actividad integradora como el turismo comunitario.
  
- B.** Gestionar la adecuación y dotación de servicios básicos para el mejoramiento de la calidad de vida de la población y para el uso turístico.
  
- C.** Se recomienda tomar en cuenta el perfil del consumidor para proyectar los servicios acorde a la necesidad de los clientes.
  
- D.** Elevar el nivel el nivel de participación de los moradores de la comunidad El Morlán en el proceso de implementación y operación del producto turístico.
  
- E.** Actualización periódica de los precios de venta de los paquetes turísticos de acuerdo las condiciones del mercado y a la calidad del producto turístico ofertado.

## **VII. RESUMEN**

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico para la parroquia de Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura; donde se establece el diagnóstico situacional, el análisis de la oferta y la demanda, el diseño técnico del producto turístico y el análisis económico y financiero. Se identificó como fortaleza la participación comunitaria en todas las actividades, el patrimonio natural y cultural. La potencialidad turística de esta parroquia tiene alta concentración de atractivos. El mercado potencial del cantón Cotacachi está conformado por visitantes de la provincia de Pichincha, Imbabura, además de Europa y Estados Unidos por lo tanto la demanda objetivo posee un alto interés de consumo. El diseño técnico definió el equipamiento según la planta turística necesaria potencializando y aprovechando sosteniblemente el patrimonio natural y cultural de la comunidad el Morlán, además los productos complementarios huertos de productos orgánicos y aprovechamiento de los derivados de sural y cabuya, los paquetes turísticos y estrategias de comercialización y promoción. Dentro de los sectores administrativos y operativos están determinados por cada área con su respectiva función, el reglamento interno para la operación del producto, además de la legalización de registro y de operación mediante la obtención de la licencia única anual de funcionamiento. La factibilidad del proyecto con respecto a la inversión inicial está determinada en la TIR que es de 19%. Se comprueba que la hipótesis: ejecutando la presente investigación se optimiza el desarrollo de la actividad turística la cual ayudará en el mejoramiento de la calidad de vida de la población local comunitaria.

## **VIII. SUMMARY**

The present investigation proces to design a tourist product for the parish if Imantag, canton Cotacachi, province of Imbabura; which provides situacional diagnosis, the analysis of the offer and the demand,the technical design of the tourist product and the economic and financial analysis. The natural and cultural heritage community participation in all activities was identified as a fortress. The tourist potencial of this parish has high concentration attractions. The potencial market of the Cotacachi canton is formed by visitors to the province of Pichincha, Imbabura, besides Europe and United States threfore the objetive demand has a high consumer interest.

The technical design defined the equipment as the necesary tourist plant promoting and making use sustainably of the natural and cultural heritage of the community the Morlán, also the complementary products orchards of organic products and use of the derivatives of sural and pita, the bundles and strategies of commercialization and promotion.

Administrative and operational sector are determined by each área whith its respective role, the rules for the operation of the product, as well as the legalization of registration and operation by obtained a single anual licence of operation. The feasibility of the Project relate to the initial investment is determined in the IRR (internal rate of return) which is 19%. It is found that the hypotesis: executing the present research is optimized the development of the tourist activity which will help in improving the quality of life of the local population community.

## **IX. BIBLIOGRAFÍA**

1. CORDTUCH. 2008. “Manual de calidad para la oferta del producto turístico comunitario de la Cordtuch”. FEPTCE, PROYECTO EMPRENDER, CORDTUCH. Riobamba – Ecuador.
2. CORPORACION PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO DE CHIMBORAZO “Oferta Turística” 2008. Riobamba – Ecuador.
3. GARCIA, Gary. 2006. “Guía para Elaborar Planes de Negocios” Quito – Ecuador
4. GUERRERO, Patricio. 2002. “Guía Etnográfica”. Ediciones Abya Yala
5. GURRÍA, M. 1991 Introducción al turismo Trilla México pp 15-18,52- 62,67-76-79, 80.
6. LÓPEZ Héctor 2002 Gestión y Desarrollo del Turismo Regional. Bogotá Colombia Módulo IV pp. 3-5.
7. LOPEZ, Alex. 2004. “Evaluación del potencial ecoturístico de la comunidad Tangunsa de la parroquia Río Corrientes, perteneciente al cantón y provincia de Pastaza”.
8. LOZANO, Patricio. 2008. “Estudio de Factibilidad para la transformación del producto turístico comunitario en las parroquias Cacha, Licán y Calpi (Cantón Riobamba)” Honorable Consejo Provincial de Chimborazo - Dirección de Producción Unidad de Turismo. Riobamba – Ecuador.
9. MENDOZA, Ronaldo. 1989. “Conservación ambiental y desarrollo sostenido”. Quito. EC. 144 p.36
10. METODOLOGÍA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINTUR, 2004. Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos.
11. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE. “Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas”. Consultado el 15 de Septiembre del 2011. Cotacachi – Ecuador.
12. MINTUR. 2004. “Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos” 2p.
13. NOBOA, P. y YUCTA, P. 2008. Manual de calidad para la oferta de productos turísticos comunitarios de Chimborazo

14. SIERRA, Rodrigo. 1999. "Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador Continental". Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y ecociencia. Quito-Ecuador. 85p.
15. SPIEGEL, Murria. 1975. "Teoría y Problemas de Estadística". Ed. Mc.Graw Hill, Estados Unidos Términos de Referencia para los planes de manejo de las Áreas Protegidas del Sistema nacional de Áreas Protegidas (SNAP) del Ecuador. S/a.
16. TIERRA, N. 2009. Estrategias d Comercialización para la oferta de turismo comunitario de la provincia de Chimborazo. Tesis de Maestría. ESPOCH. Ecuador. Pag. 125-172.
17. TORRES, Victor. 1994. "Manual de Revitalización Cultural Comunitario".
18. VALDIVIEZO, Ximena. 2008. "Estructuración de un producto turístico comunitario para la comunidad palacio real, parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo" Memoria de Tesis. Riobamba – Ecuador

## ANEXOS

**Anexo N° 01.** Boleta censal para las comunidades de la parroquia de Imantag

### **FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACION FISICO, SOCIAL, ECONOMICO, CULTURAL, POLITICO Y TURISTICO DE LA PARROQUIA DE IMANTAG**

El Diagnostico participativo permite tener una visión general de la situación socio-económica, cultural, político administrativo y turístico de la población, desde el punto de vista de la propia población. Este se realiza a partir de talleres y consultas (entrevistas) a la población local.

<b>1. DATOS GENERALES</b>		
1.1 Ficha Número:	1.2 Fecha:	
1.3 Encuestador:		
1.4 Nombre de la Familia (Apellidos):		
1.5 Número del hogar que está investigando:		
<b>2. AMBITO BIO-FÍSICO</b>		
UBICACIÓN	2.1 Provincia:	
	2.2 Ciudad y/o Cantón:	
	2.3 Parroquia:	
	2.3.1 Comunidad o Sector:	2.3.2 Barrio o Manzana:
	2.3.3 Número de la Vivienda (Orden de la visita)	
	2.3.4 Dirección Domiciliaria (Avenida, Calle y N° Bloque	
	2.3.5 Otra Identificación (Camino, Carretera, Sendero, etc.)	
C. AMBIENTAL	2.4 Clima (meses)	
	2.4.1 Invierno:	2.4.2 Verano:
	2.5 Ecosistemas:	
	2.6 Atractivos:	
	2.7 Flora representativa del lugar:	
	2.8 Fauna existente en el lugar:	
	2.9 Hidrológica existente:	
<b>3. AMBITO SOCIO- ECONOMICO Y CULTURAL</b>		
<b>3.1 Número de habitantes:</b>		

ASPECTO SOCIO ECONOMICO Y CULTURAL	3.1.1 Cargo en el hogar	3.1.2 Existencia			3.1.3 Edad	3.1.4 Idioma que habla	3.1.5 Origen Étnico	3.1.6 Nivel de Instrucción	3.1.7 Ocupación	3.1.8 Lugar / Año	3.1.9 Ingresos Semanal/mensual	3.1.10 Religión
		S	N	Ob								
	Papá											
	Mamá											
	1 Hijo / a											
	2 Hijo / a											
	3 Hijo / a											
	4 Hijo / a											
	5 Hijo / a											
	6 Hijo / a											
	Observación (en el caso de migración o abandono: lugar, tiempo y motivo)											
	<b>3.2 Características de la Vivienda</b>											
	3.2.1 TIPO DE VIVIENDA: 3.2.1.1 Casa o Villa ( ) 3.2.1.2 Departamento ( ) 3.2.2.3 Cuarto(s) en casa de inquilinato ( ) 3.2.1.4 Mediagua ( ) 3.2.1.5 Covacha ( ) 3.2.1.6 Choza ( ) 3.2.1.7 N° de Pisos ( )											
	3.2.2 Materiales predominantes en la vivienda											
	3.2.2.1 TECHO	Loza de Hormigón ( ) Eternit ( ) Zinc ( ) Teja ( ) Paja o Similares ( ) Otros materiales ( ) <i>especifique</i>										
	3.2.2.2 PAREDES Exteriores	Hormigón, Ladrillo o bloque ( ) Adobe o Tapial ( ) Madera ( ) Caña revestida ( ) Otro ( ) <i>especifique</i>										
	3.2.2.3 PISO	Entablado ( ) Baldosa ( ) Ladrillo o cemento ( ) Caña ( ) Tierra ( ) Otros materiales ( ) <i>especifique</i>										
	3.2.3 Piezas que tiene la vivienda, sin contar el baño: ( ) 3.2.4 Vivienda: Propia ( ) Arrendada ( )											
	3.2.5 Superficie de la vivienda:											
	<b>3.3 Infraestructura Básica</b>											
	3.3.1 AGUA: 3.3.1.1 Potable ( ) 3.3.1.2 Entubada ( ) 3.3.1.3 Tanquero ( ) 3.3.1.4 Pozo ( ) 3.3.1.5 Río ( ) 3.3.1.6 Lago ( ) . Condiciones: Buena ( ) Mala ( ) Regular ( )											
	3.3.2 ENERGÍA: 3.3.2.1 Sistema Interconectado ( ) 3.3.2.2 Generador ( ) 3.3.3.3 Alternativo ( )											
	3.3.3 COMUNICACIÓN: 3.3.3.1 Sistema de Andinatel ( ) 3.3.3.2 Telefonía móvil ( M A											

P) 3.3.3.4 Radio, TV, <i>especifique</i> ( ) 3.3.3.5 Otros. ( ) Condiciones: Buena ( ) Mala ( ) Regular ( )
3.3.4 ALCANTARILLADO: 3.3.4.1 Red pública ( ) 3.3.4.2 Pozo ciego ( ) 3.3.4.3 Pozo séptico ( ) 3.3.4.5 Letrina ( ) 3.3.4.4 De otra forma, <i>especifique</i> ( ) Condiciones: Buena ( ) Mala ( ) Regular ( )
3.3.5 ELIMINACIÓN DE LA BASURA DE LA VIVIENDA: 3.3.5.1 Carro recolector ( ) 3.3.5.2 En terreno baldío ( ) 3.3.5.3 Por incineración o entierro ( ) 3.3.5.4 De otra forma ( ) <i>especifique</i>
3.3.5 SALUD: 3.3.5.1 Hospitales ( ) 3.3.5.2 Centros de Salud ( ) 3.3.5.3 Subcentros de salud ( ) Condiciones: Buena ( ) Mala ( ) Regular ( )
3.3.6 EDUCACION: 3.3.6.1 Colegios ( ) 3.3.6.2 Escuela ( ) 3.3.6.3 Jardín ( ) 3.3.6.4 Guardería ( ) Condiciones: Buena ( ) Mala ( ) Regular ( )
3.3.7 ¿Tiene algún sistema comercial? Si ( ) No ( ) 3.3.7.1 Tienda ( ) 3.3.7.2 Almacén ( ) 3.3.7.3 Otros ( )

**4. AMBITO POLITICO INSTITUCIONAL**

4.1 ¿Es representante en la comunidad? Si ( ) No ( ) Cargo:			
Función:			
4.2 Pertenece a alguna Organización: Si ( ) No ( )			
Indique Cuál:			
		Cargo	Función
A. ORGANIZATIVO	Organización Campesina		
	Organización de Mujeres		
	Comisión de Agua potable		
	Comisión de LLamingueras		
	Comisión de Agua de riego		
	Comisión de Turismo		
	Otros: <i>especifique</i>		

**5. AMBITO TURISTICO**

¿Existen Recursos Naturales? : Si ( ) No ( )	
Indique :	
¿Existen Recursos Culturales? Si ( ) No ( )	
Indique:	
Observaciones:	

Encuestador ..... Validación local .....

## Anexo N° 02. Ficha de inventario de atractivos turísticos



## Ministerio de Turismo

<b>1. DATOS GENERALES</b>													
<b>1.1 FICHA NÚMERO:</b>					<b>1.2 FECHA:</b>								
<b>1.3 ENCUESTADOR:</b>													
<b>1.4 SUPERVISOR EVALUADOR:</b>													
<b>1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b>													
<b>1.6 CATEGORÍA:</b>													
<b>1.7 TIPO:</b>					<b>1.8 SUBTIPO:</b>								
<b>2 UBICACIÓN</b>													
					<b>2.1 PROVINCIA:</b> MORONA SANTIAGO								
<b>2.2 CIUDAD y/o CANTÓN:</b>													
<b>2.3 PARROQUIA:</b>					<b>2.3.1 COMUNIDAD O SECTOR:</b>								
<b>2.4 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA</b>													
<b>2.4.1 Latitud:</b>						<b>2.4.2 Longitud:</b>							
<b>2.5 CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>													
<b>2.5.1 POBLADO:</b>					<b>2.5.2 DISTANCIA</b>			Km.					
<b>2.5.3 POBLADO:</b>					<b>2.5.4 DISTANCIA</b>			Km.					
<b>3 VALOR INTRÍNSECO</b>													
<b>3.1 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>													
<b>3.1.1 ALTITUD:</b>			msnm		<b>3.1.2 TEMPERATURA:</b>			° C		<b>3.1.3 PRECIPITACIÓN:</b>			
mm año													
<b>3.2 DESCRIPCIÓN:</b>													
(continúa atrás...)													
<b>4 VALOR EXTRÍNSECO</b>													
<b>4.1 USOS (SIMBOLISMO)</b>													
<b>4.2 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>													
<b>4.2.1 ALTERADO:</b>			<input type="checkbox"/>			<b>4.2.2 POCO ALTERADO:</b>			<input type="checkbox"/>			<b>4.2.3 SIN INTERVENCIÓN:</b>	
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
<b>4.2.4 CAUSAS:</b>													
<b>4.3 ENTORNO</b>													
<b>4.3.1 CONSERVADO:</b>			<input type="checkbox"/>			<b>4.3.2 EN PROCESO DE DETERIORO:</b>			<input type="checkbox"/>			<b>4.3.3 DETERIORADO:</b>	
<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
<b>4.3.4 CAUSAS:</b>													
<b>5. ACCESO</b>													
5.1 Tipo	5.2 Subtipo	5.3 Estado de las vías			5.4 TRANSPORTE	5.5 FRECUENCIA				5.6 TEMPORALIDAD DE ACCESO			
		B	R	M		DIA RIO	SEMAN AL	MENS UAL	EVENTU AL				
5.1.1 Terrestre	Asfaltado				BUS								
	Lastrado				AUTOMOVIL								
	Empedrado				4 X 4								

	Sendero				TREN							
5.1.2 Acuático	Marítimo				BARCO							
					BOTE							
	Fluvial				CANOA							
					OTRO							
5.1.3 Aéreo					AVIÓN							
					AVIONET A							
					HELICÓP TERO							
<b>6. SEÑALIZACIÓN:</b>												
6.1 Muy buena ( ) 6.2 Bueno ( ) 6.3 Regular ( ) 6.4 Malo ( )												
<b>7. OBSERVACIONES:</b>												
<b>8 APOYO</b>												
<b>8.1 INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>												
8.1.1 AGUA: 8.1.1.1 Potable ( ) 8.1.1.2 Entubada ( ) 8.1.1.3 Tanquero ( ) 8.1.1.4 Pozo ( ) 8.1.1.5 Río ( ) 8.1.1.6 Lago ( )												
8.1.2 ENERGÍA: 8.1.2.1 Sistema Interconectado ( ) 8.1.2.2 Generador ( ) 8.1.2.3 Alternativo ( ) 8.1.2.4 Otras ( )												
8.1.3 COMUNICACIÓN: 8.1.3.1 Sistema de Andinatel ( ) 8.1.3.2 Telefonía móvil ( M A P ) 8.1.3.3 otro ( )												
8.1.4 ALCANTARILLADO: 8.1.4.1 Red pública ( ) 8.1.4.2 Pozo ciego ( ) 8.1.4.3 Pozo séptico ( ) 8.1.4.4 no existe ( )												
<b>8.2 SERVICIOS</b>	8.2.1 lujo		8.2.2 primera		8.2.3 segunda		8.2.4 tercera		8.2.5 cuarta			
	total	plazas	total	plazas	total	plazas	Total	plazas	total	Plazas		
	alojamiento											
	alimentación											
	esparcimiento											
8.3 Agencia de viaje ( ) 8.4 Almacenes de artesanías ( ) 8.5 correos ( ) 8.6 tlef.fax.internet ( )												
<b>9. SIGNIFICADO</b>												
<b>9.1 ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
9.1.1 ATRACTIVO:				9.1.2 DISTANCIA				Km				
9.1.3 ATRACTIVO:				9.1.4 DISTANCIA				Km				
<b>10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
10.1 LOCAL ( ) 10.2 PROVINCIAL ( ) 10.3 NACIONAL ( ) 10.4 INTERNACIONAL ( )												
<b>11. OBSERVACIONES:</b>												

Validación local

SUPERVISOR – EVALUADOR

**ANEXO N° 3. Cuadro de valoración de atractivos**

VARIABLE	VALOR (puntos)
Características	35
Estado de conservación	25
Estado del entorno	20
Potencial de uso turístico	29
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**ANEXO N° 4. Cuadro de descripción de parámetros y criterios de valoración**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	10
	d) Estado de conservación (y/o organización)	<u>10</u> 50
<b>APOYO</b>	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	<u>5</u> 25
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	<u>12</u> 25
	<b>TOTAL</b>	100

**Anexo N° 05. Ficha para el inventario del Patrimonio Cultural**

**Lista de los Bienes del Patrimonio Cultural**

**a. Las cosas de respeto**

¿Existen casas, caminos, canales o cualquier otro objeto antiguo?

¿Existen sitios naturales de uso ritual?

¿Existen sitios naturales de valor sagrado para sus habitantes?

¿Qué valor tienen esos objetos/sitios para la comunidad?

¿Qué significan, están deteriorándose, alguien los cuida?

¿Vale la pena protegerlos, cómo recuperarlos?

**b. El saber popular diario**

¿Cómo era la vivienda tradicional de su pueblo? ¿Qué materiales se usaban?

- ¿Qué formas tenía? ¿Qué tamaño? ¿Quiénes y cómo lo construían?
- ¿Cómo se vestía la gente antes? ¿Quién hacía la ropa? ¿Cómo era la ropa del diario? ¿Cómo era la ropa de fiesta?
- ¿Cómo se alimentaban nuestros mayores? ¿Cómo preparaban sus comidas? ¿Cuál era la comida del diario? ¿Cuál era la comida de fiesta?
- ¿Cuáles eran las principales enfermedades? ¿Cómo se curaban? ¿Quién los curaba? ¿Qué productos utilizaba para curarse?
- ¿Cómo eran las formas de cultivo tradicionales? ¿Qué se cultivaba? ¿Qué herramientas se usaba?
- ¿Quiénes se encargaban de los cultivos?
- ¿Qué animales se recolectaban? ¿Qué animales se criaban? ¿Quiénes lo hacían?
- ¿Cómo se celebraban los nacimientos de los niños? ¿Cómo se celebraban los matrimonios?
- ¿Cómo eran los funerales? ¿Qué otras celebraciones del ciclo vital se realizaban y cómo?
- ¿Cuál era la música tradicional de la zona? ¿Qué instrumentos tocaban? ¿Cómo aprendían?
- ¿Cuáles eran las danzas tradicionales? ¿Quiénes participaban?
- ¿Qué tipo de artesanías se hacían? ¿Qué materiales se usaban? ¿Quiénes los hacían?
- ¿Qué juegos se jugaban? ¿Cómo lo hacían? ¿Quiénes participaban? ¿Cuándo lo hacían?

### c. **Los símbolos y valores**

- ¿Existen tradiciones referentes a seres o a lugares sagrados? ¿Por qué cree la gente en las tradiciones?
- ¿Qué tradiciones están desapareciendo? ¿Por qué?

## 2. **El Calendario de Fiestas y Ritos del Año**

- ¿Cuáles son las fiestas de la comunidad?
- ¿En qué meses se realizan?
- ¿Cuánto tiempo duran?
- ¿Cuáles son las épocas de preparación de suelo, de siembra y de cosecha?
- ¿Cuál es la temporada en que las personas salen de la comunidad?
- ¿Cuándo se cocina comidas y bebidas tradicionales?

- ¿Qué costumbres tienen las personas en cada una de las importantes fiestas?
- ¿Cuáles son las fechas religiosas más importantes para los habitantes de la zona?
- ¿Cuáles son las fechas cívicas que reconoce la gente?

**3. Formas de Vida de las Familia**

- ¿Cómo es la casa en que vive la familia?
- ¿Cómo es la chacra, parcela o finca?
- ¿Qué comida cocina y cuáles bebidas consume diariamente?
- ¿Qué ropa utiliza?
- ¿Qué música es la que mas escucha en la casa?
- ¿Cómo se curan las enfermedades, cuales enfermedades y con qué recetas?
- ¿Cómo son las fiestas del ciclo vital como son “los casamientos”, “los bautizos”, “el corte de pelo”, “los velorios”, “los cumpleaños”.

**Anexo N° 06.** Encuesta a aplicar a turistas nacionales

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



Reciba un cordial saludo.

El motivo de esta encuesta, es para establecer las características de un Producto Turístico, en la parroquia de Imantag, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura. El resultado de esta actividad se relaciona mucho con las condiciones de vida de la población. Su opinión es importante para conocer si este Proyecto tendrá una aceptación.

Lugar de Procedencia: \_\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_ Sexo: M  F

Edad: 12-30 años  31-40 años  41-50 años  Más de 60 años

Estado Civil: \_\_\_\_\_ Instrucción: \_\_\_\_\_

Ingreso mensual: 1.- 250-500 usd  2.- 501-1.000 usd  3.- mas de 1.000 usd

**1.- ¿Con que frecuencia usted realiza actividades turísticas?**

- a) Una vez por semana
- b) Cada 15 días
- c) Una vez por mes
- d) Una vez por año
- e) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**2.- ¿Con quien suele realizar estas actividades turísticas?**

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

**3.- ¿A través de que medios de comunicación usted se informa sobre actividades turísticas?**

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Internet
- d) Prensa escrita
- e) Guías de Turismo (folletos)
- f) Familiares
- g) Agencias de Viajes
- h) Otras (especifique)

**4.- ¿Conoce usted la parroquia de Imantag?**

SI  No  Pase a la pregunta 6

**5.- Que recursos turísticos de Imantag conoce usted?**

- a) Mirador Muyu Urcu
- b) Bosque protector Peribuela
- c) Lagunas de Piñan
- d) Grupo étnico Imantag
- e) Fiestas del Inti Raymi
- f) Fiestas de semana santa
- g) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**6.- ¿Le gustaría conocer la parroquia de Imantag?**

SI  No

**7.- ¿Le gustaría que la parroquia ofertara?**

*a) Alojamiento:*

En cabañas típicas del lugar  Viviendas modernas  Otros

*b) Alimentación:*

Comida típica del lugar  Comida internacional  Otros

Otros (especifique): \_\_\_\_\_

*c) Guianza:*

Con guías nativos  Guías Bilingües  Otros

Otros (cuales) \_\_\_\_\_

**8.- De las siguientes actividades, ¿cuál le gustaría realizar más?**

- a) Camping       b) Cabalgatas       c) Ciclismo   
 d) Caminatas       e) Senderismo       f) Con  encia con la población   
 g) Todos       h) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**9.- ¿Por cuantos días usted estaría dispuesto a permanecer en Imantag?**

- a) 1 día       b) 2 días       c) Más de 3 días

**10.- ¿Generalmente cuánto gasta en turismo por persona, para hospedaje, alimentación, guianza y recreación?**

- a) 10 a 20 \$       b) 21 a 30 \$       c) 31 a 40 \$   
 d) 41 a 50 \$ e) Más de 51 \$

**11.- ¿Cuál sería su forma de pago?**

- a) Efectivo       b) Tarjeta de crédito

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

**Anexo N° 07.** Encuesta a aplicar a turistas extranjeros

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

Dear friend

The purpose of this survey is to establish the main characteristics of a tourism product, which is located at Parroquia Imantag, Cantón Cotacachi, Imbabura Province. The result on this investigation is related with the life conditions of the population. Your opinion is very important to know if this project will have an acceptance.

Nationality: \_\_\_\_\_ Occupation: \_\_\_\_\_ Male  Female   
 Age: 16-30 years  31-44 years  45-59 years  More 60 years   
 Marital Status: \_\_\_\_\_ Education: \_\_\_\_\_  
 Monthly income: 1.- 250-500 usd  2.- 501-1.000 usd  3.- mas de 1.000 usd

**1.- ¿How often do you make tourists activities?**

- a) Once a week       b) Twice a month   
 c) Once a month       d) Once a year

e) Others (specify) \_\_\_\_\_

**2- ¿Do you do tours?**

- a) Alone
- b) Family
- c) Friends
- d) Family and Friends

**3.- ¿How did you get informed about Ecuador?**

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Internet
- d) Newspaper
- e) Tourism Guide (pamphlet)
- f) Relatives
- g) Travell agencies
- h) Others (specify) \_\_\_\_\_

**4.- ¿Have you visited the parroquia mantag, cantón Cotacachi?**

YES  NO  *Go to question 6*

**5.- Which of the tourist attractions in Imantag do you know?**

- a) Muyu Urcu mirador
- b) Peribuela forest guard
- c) Piñan lakes
- d) Imantag ethnic group
- e) Inti Raymi celebrations
- f) Semana santa celebrations.
- g) Others (specify) \_\_\_\_\_

**6.- ¿Would you like to visit parroquia Imantag?**

YES  NO

**7.- ¿Which would you like that the Imantag offer?**

*a) Lodging:*

Typical Huts  Modern apartment

*b) Food:*

Typical food  International food

Others (specify): \_\_\_\_\_

*c) Guiding:*

Natives guiding  Bilingüe guiding

Others (specify) \_\_\_\_\_

*d) All the above*

*e) Others (specify)* \_\_\_\_\_

**8.- ¿Which of these activities would you like to do in Imantag?**

- a) Camping  b) Horse riding  c) Cycling   
 d) Trekking  e) Cultural living   
 f) All the above  g) Others (specify) \_\_\_\_\_

**9.- ¿How long would you stay in Imantag?**

- a) 1 Day  b) 2 Days  c) More of 3 days

**10.- ¿How much would you spend per person in activities such as food, guiding and lodging?**

- a) 10 a 20 \$  b) 21 a 30 \$  c) 31 a 40 \$   
 d) 41 a 50 \$  e) More of 50 \$

**11.- ¿How would be your form of payment?**

- a) Cash  b) Credit card

**THANK YOU FOR YOUR COOPERATION.**

**Anexo N° 08.** Calculo de la demanda insatisfecha

**3.- Calculo de la demanda insatisfecha**

Años	Cantidad demandada	Cantidad ofertada	Demanda Insatisfecha
2006			
2007			
2008			
2009			
2010			

**Anexo N° 09.** Calculo de la proyección de la demanda y oferta futura.

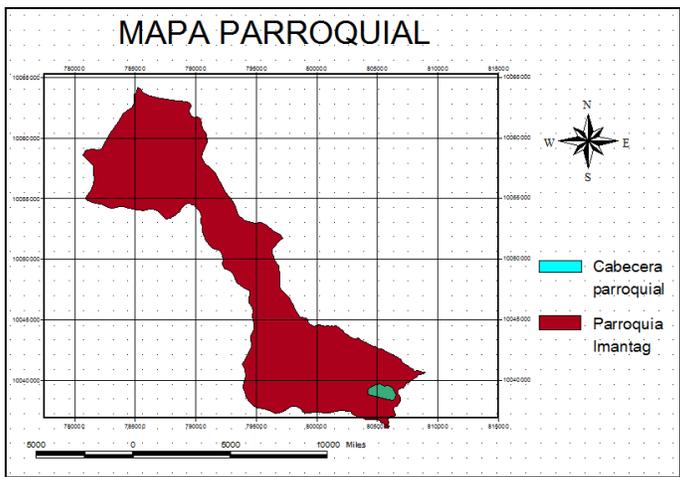
**4.- Calculo de la proyección de la demanda y oferta futura.**

Años	Cantidad demandada	Cantidad ofertada	Demanda Insatisfecha
2010			
2011			
2012			

2013			
2014			
2015			
2016			
2017			
2018			

**Anexo N° 10.** Mapa parroquial.

**1.- Mapa parroquial**



**Anexo N° 11** Menú del restaurante

**Diseño N° 02.** Menús del restaurante



**RESTAURANTE COMUNITARIO  
EL MORLÁN**



**GASTRONOMÍA LOCAL**

**MENÚ**

PLATOS FUERTES	PRECIO
Cuy, mote, papas, varias ensaladas	5,00
Carne colorada, llapingachos, salsa de pepa de sampo, ensaladas, aguacate.	5,00

Fritada de cerdo, mote, papas, aguacates, ensaladas, salsa de sampo.	5,00
Nabo o berro, papas, salsa de pepa de sampo.	4,00

  <p><b>RESTAURANTE COMUNITARIO EL MORLÁN</b></p> 	
<b>GASTRONOMÍA LOCAL</b>	
<b>MENÚ</b>	
<b>BEBIDAS</b>	<b>PRECIO</b>
<i>Frias</i>	
Cerveza	1,50
Gaseosa 3 lts	2,00
Gaseosa 2 lts	1,50
Gaseosa personal	0,50
Aguas con gas	0,50
Aguas sin gas	0,50
<i>Calientes</i>	
Café	0,75
Te	0,75
Aguas aromaticas	0,75
<i>Jugos</i>	
Jugo de tomate	1,00
Jugo de mora	1,00
Jugo de babaco	1,00
Batidos de diferentes frutas	1,00

**Anexo N°12.** Servicios de alojamiento, alimentación y distracción de la Ciudad de Cotacachi.

DETALLE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	EMAIL
<b>HOSTAL</b>			
SUMAC HUASI	JUAN MONTALVO 11-09 Y P. MONCAYO	SEGUNDA	hostal_sumac-huasi@yahoo.com
LAND OF SUN INC.	GARCÍA MORENO 13-57 Y SUCRE	PRIMERA	mesondelasflores@hotmail.com
POSADA MUNAYLLA	10 DE AGOSTO S/N Y SUCRE	TERCERA	posadamunaylla@hotmail.com
PLAZA BOLIVAR	BOLIVAR 1225 Y 10 DE AGOSTO	SEGUNDA	
<b>HOSTAL RESIDENCIA</b>			
COTACACHI	10 DE AGOSTO 12-38 Y BOLÍVAR	SEGUNDA	

BACHITA	SUCRE 16-74 Y 24 DE MAYO	TERCERA	
MINDALES	SIMÓN BOLÍVAR S/N Y 9 DE OCTUBRE	SEGUNDA	amahury@hotmail.com
EL ARBOLITO	IMBABURA 9-11 Y ROCAFUERTE	SEGUNDA	
LA CUADRA	AV. MODESTO PEÑAHERRERA 11-45	TERCERA	
<b>HOSTERÍA</b>			
MESÓN DE LAS FLORES	GARCÍA MORENO 13-67 Y SUCRE	PRIMERA	
LA MIRAGE	10 DE AGOSTO (PROLONGACION)	PRIMERA	mirage1@mirage.com.ec
RANCHO SANTA FE	10 DE AGOSTO (PROLONGACION)	SEGUNDA	ranchosantafehotell@yahoo.com.mx
LA BANDA	BARRIO LA BANDA (Prolong. calle 10 de Agosto)	SEGUNDA	info@hosterialabanda.com
<b>ALOJAMIENTOS RURALES</b>			
RUNA TUPARI	MOROCHOS LA CALERA CHILCA PAMPA MORALES CHUPA SANTA BARBARA TUNIBAMBA	TERCERA	
<b>CABAÑAS</b>			
LOS CEDROS	MANDURIACOS ZONA SUBTROPICAL DE INTAG	SEGUNDA	
NANGULVÍ	APUELA ZONA SUBTROPICAL DE INTAG	SEGUNDA	
CUICOCHA	LAGUNA DE CUICOCHA ZONA ANDINA	SEGUNDA	
JUNÍN	JUNÍN ZONA SUBTROPICAL DE INTAG	TERCERA	
LA QUINTA POSADA	ALEJANDRO PROAÑO S/N Y MODESTO PEÑAHERRERA	SEGUNDA	sanrueda@hotmail.com
<b>CAFETERÍA</b>			
RINCÓN DEL SOL	GONZÁLEZ SUÁREZ 15-72 Y AV. PEÑAHERRERA	TERCERA	
CASA DE FRUTAS	GARCÍA MORENO 13-17 Y SIMÓN BOLÍVAR	TERCERA	
SERENDIPITY	GONZÁLEZ SUÁREZ 80-30 Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	nhannigan@hotmail.com
<b>RESTAURANT</b>			
ALIANI	BOLÍVAR S/N Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	
MIRADOR LAGUNA DE CUICOCHA	KM 12 VIA INTAG (CUICOCHA)	TERCERA	
JATUN PUNCHA	10 DE AGOSTO Y BOLIVAR	CUARTA	
CASA DEL TURISTA	SIMÓN BOLÍVAR 13-02 Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA	
EL LEÑADOR DE COTACACHI	SUCRE 10-12 Y JUAN MONTALVO	TERCERA	
LA MARQUEZA	10 DE AGOSTO 12-65 Y SIMÓN BOLÍVAR	TERCERA	
LA TOLA	9 DE OCTUBRE S/N Y ROCAFUERTE	TERCERA	
EL VIEJO MOLINO	PEDRO MONCAYO S/N Y 10 DE	TERCERA	

STEAK HOUSE	AGOSTO		
ESPECIALES CARNES COLORADAS	BOLÍVAR 16-70 Y M. PEÑAHERRERA	TERCERA	
LAS AUTÉNTICAS Y EXQUISITAS CARNES COLORADAS	SUCRE 10-06 Y JUAN MONTALVO	CUARTA	
EL COCO	SUCRE 3-50 Y SEGUNDO LUIS MORENO	CUARTA	
ESPECIALES CARNES COLORADAS	PEÑAHERRERA 12-06 Y GONZÁLEZ SUÁREZ	CUARTA	
LA CHOZA DE LUIS	SUCRE Y SEGUNDO LUIS MORENO	TERCERA	
PASEO DE LOS ARUPOS	PARQUE PRINCIPAL DE COTACACHI	TERCERA	elpaseodelosarupos@live.com
LA CASA DE PABLO	10 DE AGOSTO 11-25 Y PEDRO MONCAYO	TERCERA	
EL VERANEANTE	SIMÓN BOLÍVAR S/N Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA	felizaestuya@hotmail.com
SOLID ROCK GRILL	10 DE AGOSTO 14-37 Y SUCRE	TERCERA	
D'ANITA	GONZÁLEZ SUÁREZ 12-36 Y 10 DE AGOSTO	CUARTA	anabelapalacios_2@hotmail.com
<b>FUENTE DE SODA</b>			
OSKAR PIZZERÍA # 2	SUCRE S/N Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	yor06_@hotmail.com
<b>DISCOTECA</b>			
BARAOKA	BOLÍVAR 11-08 Y 10 DE AGOSTO	SEGUNDA	
PEÑA BAR TUPARISHUN	SALINAS Y 9 DE OCTUBRE	TERCERA	
EL OXIGENO	24 DE MAYO Y PEÑAHERRERA	CUARTA	

**Fuente:** Ministerio de turismo. Catastro turístico 2011.