



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO  
VACACIONAL, SECTOR JUIVE LA PAMPA, PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN  
BAÑOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

**TESIS**

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

**EDISON RAFAEL LARA VASCONEZ**

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

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2013**

## HOJA DE CERTIFICACIÓN

El Tribunal de Tesis CERTIFICA QUE: el trabajo de investigación titulado: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO VACACIONAL, SECTOR JUIVE LA PAMPA, PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN BAÑOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**”, de responsabilidad del señor Edison Rafael Lara, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

### TRIBUNAL DE TESIS

Eco. Flor Quinchuela

Ing. Christiam Aguirre

---

**DIRECTORA**

---

**MIEMBRO**

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

Riobamba diciembre 2013

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y, por permitirme llegar a este momento tan especial de la etapa profesional. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más, A mis padres por su apoyo incondicional en cada etapa de mi formación humana y profesional.*

*A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.*

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco a mi familia, que gracias a su apoyo me dieron la fortaleza y esperanza para seguir adelante y culminar con una etapa muy importante de mi vida, que será puerta para alcanzar nuevos éxitos.*

*Al Ing. Flor Quinchuela e Ing. Christiam Aguirre por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.*

*Gracias a todas las personas que física y moralmente me ayudaron desinteresadamente directa e indirectamente para cumplir una de mis metas profesionales.*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO VACACIONAL, SECTOR JUIVE LA PAMPA, PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN BAÑOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.....</b>	<b>1</b>
<b>II. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
A. JUSTIFICACIÓN .....	2
1. Objetivo General .....	2
2. Objetivos Específicos .....	2
C. HIPÓTESIS.....	3
<b>III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>4</b>
A. TURISMO. ....	4
B. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE DEL TURISMO .....	5
C. TERMINOLOGÍA TURISTICA. ....	5
D. COMPLEJOS VACACIONALES .....	6
E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	7
F. ESTUDIO DE MERCADO .....	8
G. ESTUDIO TÉCNICO.....	11
H. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL .....	13
I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL .....	13
J. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO .....	15
<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>16</b>
A. CARACTERIZACION DEL LUGAR.....	16
1. Localización .....	16
2. Ubicación Geográfica .....	16
3. Límites .....	16
4. Características Climáticas .....	16
5. Clasificación ecológica.....	17
6. Características del suelo.....	17
B. MATERIALES .....	17
1. Materiales.....	17
2. Equipos.....	17

C. METODOLOGÍA.....	17
1. Métodos de investigación .....	17
2. Estudio de Mercado .....	18
3. Estudio técnico .....	21
a. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística .....	21
b. Estudio de mercadotecnia .....	21
5. El estudio administrativo y legal .....	22
6. Estudio Legal .....	22
7. Estudio económico y evaluación financiera .....	23
<b>V. RESULTADOS .....</b>	<b>24</b>
A. ESTUDIO DE MERCADO .....	24
1. Análisis de la oferta .....	24
2. Análisis de la demanda .....	38
3. Confrontación Oferta Vs Demanda .....	73
B. ESTUDIO TÉCNICO .....	74
1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística .....	74
2. Estudio de Mercadotecnia .....	80
C. ESTUDIO AMBIENTAL.....	85
1. Delimitación del área .....	85
2. Determinación de acciones que causan impacto.....	85
3. Identificación de factores ambientales y sociales susceptibles a recibir impacto .....	86
4. Matriz de evaluación de impactos ambientales.....	89
D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	93
1. Estructura organizativa de la empresa .....	93
3. Vialidad legal .....	108
E. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	117
1. Inversiones.....	117
2. Costos de operación y ventas.....	118
3. Ingresos .....	121
4. Estado de resultados.....	122
5. Flujo de caja.....	123
6. Indicadores de rentabilidad .....	124
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>125</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>126</b>

<b>VIII. RESUMEN</b> .....	127
<b>IX. SUMMARY</b> .....	¡Error! Marcador no definido.
<b>X. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	129

**LISTA DE TABLAS**

Tabla N: 1 Infraestructura Turística.....	24
Tabla N: 2 Validación del inventario de atractivos turísticos parroquia Matriz .....	26
Tabla N: 3 Centro Recreacional Eduardos.....	33
Tabla N: 4: Complejo Turístico Ulba .....	33
Tabla N: 5 Hostería Agoyán .....	34
Tabla N: 6 Hostería Monte Selva.....	34
Tabla N: 7 Hostería el Trapiche .....	35
Tabla N: 8 Hostería Jardines Chamana .....	35
Tabla N: 9 Proyección oferta .....	36
Tabla N: 10 Matriz FODA.....	37
Tabla N: 11: Estratificación Turistas Nacionales.....	38
Tabla N: 12 Edad Turistas Extranjeros .....	40
Tabla N: 13 Procedencia Turistas extranjeros.....	41
Tabla N: 14: Género Turistas extranjeros .....	43
Tabla N: 15 Estado civil turistas extranjeros.....	44
Tabla N: 16 Nivel de educación turistas extranjeros .....	45
Tabla N: 17 Situación Laboral de los turistas extranjeros.....	46
Tabla N: 18 Ingresos mensuales de los turistas extranjeros .....	47
Tabla N: 19 Frecuencia de visitación a destinos turísticos.....	48
Tabla N: 20 Motivo de viaje turistas extranjeros.....	49
Tabla N: 21 Interés Complejo Vacacional de los turistas extranjeros.....	50
Tabla N: 22 Preferencia de servicios de los turistas extranjeros.....	51
Tabla N: 23 Gasto por día y por persona de los turistas extranjeros.....	52
Tabla N: 24 Acompañantes de los turistas extranjeros .....	53
Tabla N: 25 Estadía de los turistas extranjeros.....	54

Tabla N: 26 Medio informativo de los turistas extranjeros.....	55
Tabla N: 27 Edad de los turistas nacionales.....	56
Tabla N: 28 Procedencia de los turistas nacionales.....	57
Tabla N: 29 Género de los turistas nacionales.....	58
Tabla N: 30 Estado civil de los turistas nacionales.....	59
Tabla N: 31 Nivel de educación de los turistas nacionales .....	60
Tabla N: 32 Situación Laboral de los turistas nacionales .....	61
Tabla N: 33 Ingresos mensuales turistas nacionales.....	62
Tabla N: 34 Frecuencia de visita a destinos turísticos .....	63
Tabla N: 35 Motivo de visita de los turistas nacionales.....	64
Tabla N: 36 Interés Complejo Vacacional .....	65
Tabla N: 37 Preferencia de servicios de los turistas nacionales .....	66
Tabla N: 38 Gasto por día / persona turistas nacionales.....	67
Tabla N: 39 Acompañantes turistas nacionales .....	68
Tabla N: 40 Estadía turistas nacionales .....	69
Tabla N: 41 Medio informativo turistas nacionales .....	70
Tabla N: 42 Proyección demanda actual.....	72
Tabla N: 43 Cálculo demanda insatisfecha.....	73
Tabla N: 44 Proyección demanda objetivo.....	73
Tabla N: 45 Número de clientes proyectados.....	74
Tabla N: 46 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados.....	74
Tabla N: 48 Equipamiento y mobiliario área de alimentación .....	75
Tabla N: 49 Equipamiento y mobiliario área de hospedaje .....	76
Tabla N: 50 Equipamiento y mobiliario área de recreación.....	77
Tabla N: 51 Equipamiento y mobiliario área administrativa .....	78
Tabla N: 52 Equipamiento y mobiliario área de mantenimiento .....	79

Tabla N: 53 Equipamiento y mobiliario área de recepción .....	79
Tabla N: 54 Matriz de Lázaro Lagos para evaluación de impactos ambientales.....	89
Tabla N: 55 Matriz de cuantificación impactos ambientales.....	90
Tabla N: 56 Medidas de mitigación impactos ambientales .....	91
Tabla N: 57 Personal para el Complejo Vacacional .....	94
Tabla N: 58: Obligaciones fiscales por única vez .....	116
Tabla N: 59: Obligaciones fiscales anuales .....	116
Tabla N: 60 Inversiones del proyecto.....	117
Tabla N: 61 Remuneración al personal .....	118
Tabla N: 62 Aporte al IESS.....	118
Tabla N: 63: Servicios básicos.....	119
Tabla N: 64 Promoción y publicidad y otros gastos.....	119
Tabla N: 65 Materia prima servicio de alimentación.....	119
Tabla N: 66 Costo de depreciación .....	120
Tabla N: 67 Tabla de depreciación.....	120
Tabla N: 68 Ingresos.....	121
Tabla N: 69 Estado de resultados .....	122
Tabla N: 70 Flujo de caja .....	123
Tabla N: 71 Indicadores de rentabilidad.....	124

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N: 1 Edad Turistas Extranjeros .....	40
Gráfico N: 2 Procedencia Turistas extranjeros .....	42
Gráfico N: 3 Género Turistas extranjeros.....	43
Gráfico N: 4 Estado civil Turistas Extranjeros .....	44
Gráfico N: 5 Nivel de educación turistas extranjeros.....	45
Gráfico N: 6 Situación Laboral de los turistas extranjeros.....	46
Gráfico N: 7 Ingresos mensuales de los turistas extranjeros .....	47
Gráfico N: 8 Frecuencia de visitación a destinos turísticos .....	48
Gráfico N: 9 Motivo de viaje turistas extranjeros.....	49
Gráfico N: 10 Interés Complejo Vacacional de los turistas extranjeros.....	50
Gráfico N: 11 Preferencia de servicios de los turistas extranjeros .....	51
Gráfico N: 12 Gasto por día y por persona de los turistas extranjeros.....	52
Gráfico N: 13 Acompañantes de los turistas extranjeros.....	53
Gráfico N: 14 Estadía de los turistas extranjeros.....	54
Gráfico N: 15 Medio informativo de los turistas extranjeros .....	55
Gráfico N: 16 Edad de los turistas nacionales.....	56
Gráfico N: 17 Procedencia de los turistas nacionales .....	57
Gráfico N: 18 Género de los turistas nacionales.....	58
Gráfico N: 19 Estado civil de los turistas nacionales .....	59
Gráfico N: 20 Nivel de educación de los turistas nacionales .....	60
Gráfico N: 21 Situación Laboral de los turistas nacionales .....	61
Gráfico N: 22 Ingresos mensuales turistas nacionales .....	62
Gráfico N: 23 Frecuencia de visita a destinos turísticos .....	63
Gráfico N: 24 Motivo de visita de los turistas nacionales.....	64
Gráfico N: 25 Interés Complejo Vacacional .....	65

Gráfico N: 26 Preferencia de servicios de los turistas nacionales.....	66
Gráfico N: 27 Gasto por día / persona turistas nacionales .....	67
Gráfico N: 28 Acompañantes turistas nacionales .....	68
Gráfico N: 29 Estadía turistas nacionales .....	69
Gráfico N: 30 Medio informativo turistas nacionales .....	70

**LISTA DE FIGURAS**

Figura N: 1 Marca.....	81
Figura N: 2 Organigrama organizacional.....	93
Figura N 3 Organigrama funcional.....	93
Figura N 4: Flujograma de prestación del servicio.....	104
Figura N 5: Flujograma para recepción de visitantes.....	105
Figura N 6: Flujograma para el servicio de alimentación.....	106
Figura N 7: Flujograma para el área de recreación.....	107

**LISTA DE ANEXOS**

Anexo N° 1: Inventario de atractivos turísticos cantón Baños (centro).....	130
Anexo N° 2: Modelo de encuesta para estudio de mercado .....	202
Anexo N° 3: Planos arquitectónicos (distribución de áreas).....	203
Anexo N° 4 Planos Instalaciones eléctricas y sanitarias .....	204
Anexo N° 5 Planos fachadas.....	205
Anexo N° 6: Diseño de la página web del complejo Vacacional .....	206
Anexo N° 7: Diseño de material publicitario (trípticos) .....	207
Anexo N° 8: Diseño de Merchandising (llaveros, camisetas, gorras).....	209
Anexo N° 9 Presupuesto referencial de la obra.....	210

# **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN COMPLEJO VACACIONAL, SECTOR JUIVE LA PAMPA, PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN BAÑOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

## **II. INTRODUCCIÓN**

El desarrollo del turismo en el Ecuador, como una alternativa productiva, se ha transformado hoy en día en un reto que aporta importantes ingresos a la economía del país, la misma que debe integrar las actividades económicas y recreativas con objetivo de buscar la conservación de los recursos naturales y culturales. En los últimos años la actividad turística en sus diferentes modalidades ha tenido un crecimiento considerable en el país y conjuntamente con este crecimiento también ha aumentado la vulnerabilidad de los sitios naturales y culturales que son visitados.

El Ecuador, con miras a cumplir el Plan de Desarrollo Turístico PLANDETUR 2020, busca ofertar productos diseñados con criterios de sostenibilidad y sustentabilidad, en cada uno de sus componentes se busca también hacer de la visita una actividad ambientalmente responsable y socialmente participativa, permitiendo de este modo el desarrollo de las comunidades locales y la satisfacción del visitante.

La región andina del Ecuador, cuenta con un sin número de atractivos turísticos tanto naturales como culturales que evidencian el desarrollo de la misma. La provincia de Tungurahua no puede ser la excepción, posee varios atractivos turísticos y un sinnúmero de actividades que en los albores del tercer milenio, ha provocado un creciente impacto económico en el cantón

La ciudad de Baños con un alto potencial turístico es un centro de intercambio y comunicación del Oriente con el resto del País, de allí su importancia pues su ubicación en un punto estratégico y por ser el mejor centro de operaciones que el turista puede tener para planificar su estadía en la región central y oriental del Ecuador.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

El cantón Baños es una zona bastante privilegiada, por poseer diversos recursos naturales, capaces de ser utilizados en actividades turísticas, siendo ésta una alternativa que permita la generación de ingresos económicos, así como una experiencia agradable para los turistas nacionales y extranjeros que lo visitan. Durante el año 2009 a la ciudad de Baños arribaron aproximadamente el 1,3% de la demanda internacional que llega al Ecuador y el 0,7% de turistas nacionales (MINTUR, 2010) teniendo como principales motivaciones el turismo de salud, religioso y de aventura. A pesar de estas cifras durante los últimos años la oferta turística de la zona se ha visto bastante saturada, razón por la cual, un gran porcentaje de la demanda tiende a desplazarse a sitios turísticos de proximidad a la zona como Rio Verde y la ciudad del Puyo.

Por lo expuesto, se justifica la implementación de la planta turística que diversifique la oferta de la ciudad de Baños con la finalidad de captar un porcentaje de la demanda insatisfecha que se traslada hacia otros sitios resulta atractiva para la inversión privada. En este sentido se requiere que la inversión tenga un soporte técnico que garantice y demuestre la factibilidad social, ambiental y sobre todo económica de la oferta a ser implementada, pues la maximización de los beneficios frente a la inversión, debe estar ligada a criterios ambientalmente sostenibles para una práctica ética y adecuada del turismo.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un complejo vacacional, sector Juive la Pampa, parroquia Matriz Cantón Baños, provincia de Tungurahua.

### **2. Objetivos Específicos**

- a. Efectuar el estudio de mercado
- b. Elaborar el estudio técnico del producto
- c. Determinar el estudio ambiental y sociocultural
- d. Estructurar el marco administrativo legal
- e. Efectuar el estudio económico financiero

## **C. HIPÓTESIS**

### **1. Hipótesis de trabajo**

Factibilidad para la creación de un complejo vacacional le permitirá al inversionista privado conocer la viabilidad comercial, técnica, ambiental, económica y financiera para emprender su producto.

### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. TURISMO.**

Etimológicamente el vocablo “Turismo”, procede de las raíces tour y turn, ambas del verbo en latín tornare, que significa girar. Por lo tanto, esta palabra hace referencia a la idea de giro, de viaje circular, de vuelta al punto de partida. (ROJO. 2002)

Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tantos de los negocios como de las consideraciones profesionales. (LUQUE. 2009)

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento. (LUQUE. 2009)

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. (LUQUE.2009)

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo, agencia de la ONU) “el Turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual, por un período de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades”

Los efectos del turismo dependen del volumen y características de los turistas (duración de su estancia, actividad, medio de transporte, forma de organización del viaje, etc.). También, el desarrollo del turismo está influido por la naturaleza de los recursos, características naturales, nivel de desarrollo, estructura política y social, etc.).Así como de su estacionalidad.” (Marketing de destinos turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo, 2009).

## **B. DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE DEL TURISMO**

La tradicional forma de ver el turismo incrementó la degradación de los destinos turísticos, ante esta situación la demanda de turismo actual se motivaron en buscar nuevos espacios de esparcimiento libre de contaminación y que promuevan actividades que estén relacionadas con la naturaleza y la gente, para eso ha hecho uso del desarrollo sostenible como una herramienta capaz de generar esa sinergia entre el turismo y la sostenibilidad, así que la OMT ha adoptado el enfoque sostenible del turismo definiendo el desarrollo sostenible como el uso racional de los recursos naturales y culturales, que satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas al mismo tiempo respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.(TIERRA, P, YUCTA,A 2004).

Turismo sostenible se define también como: “la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación”. (OMT. 2004).

## **C. TERMINOLOGÍA TURISTICA.**

- Centro recreacional: Es aquel, que desde un centro urbano de residencia permanente, es visitado por el día sin pernotar en él.
- Equipamiento turístico Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistema necesario para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.
- Producto turístico: Es lo esencial de la actividad turística. Surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas de los turistas.
- Recreación: Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en periodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre,

o espacios cubiertos. La demanda puede ser masiva, selectiva, popular y subvencionadas.

- Servicios: Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible.
- Turismo de Naturaleza: Engloba a las distintas modalidades de operación turística que privilegian el uso del medio natural y sus fenómenos.
- Turismo de aventura: Utiliza la naturaleza como el escenario de programas de acción y riesgo controlado. La motivación principal es la emoción de enfrentarse a lo desconocido se destacan el senderismo, canotaje.
- Turismo Deportivo: Promueve actividades de competencia y conquista de méritos. Incluye prácticas deportivas tradicionales como caza pesca ciclismo; actividades náuticas, buceo y otra con motivaciones más actuales como: escalada, parapentismo. (FIGUEREDO, y OTROS 2002)”

#### **D. COMPLEJOS VACACIONALES**

Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.(MINTUR, 2002)

No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y sin ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del estado. Estas últimas estarán obligadas, únicamente a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañado una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento. (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS 2002)

##### **1. Servicios en los complejos vacacionales**

Para que un alojamiento sea considerado complejo vacacional deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

**a. De hospedaje y complementarios:**

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor.
- Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado.
- Servicio de asistencia médica.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el establecimiento.

**b. Servicio de carácter deportivo**

Se facilitará a los clientes el artículo necesario para las prácticas de deportes, previo al abono del precio que en su caso corresponda. (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS 2002)

**E. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad facilita a las empresas la toma de decisiones relativa a la realización de proyectos de inversión en corto, mediano y largo plazo, dado que argumenta la utilización de recursos productivos y los rendimientos esperados de un intento de inversión, con lo cual permite a los responsables del proyecto emitir juicios de valor para tomar mejores decisiones.

Para que un estudio de viabilidad económica de un proyecto esté completo, requiere estudios complementarios de: mercado, técnico, organización, financiero y ecológico. Los tres primeros básicamente proporcionan información económica de beneficio costo; y el cuarto analiza los flujos de efectivo y evalúa el proyecto. (OCAMPO, E. 2003).

(Hernández, F. 1997) define que los objetivos de dicho estudio son: "Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de una futura inversión, destacando aquellas que exhiban mayores niveles de complejidad y estableciendo con toda claridad si el resultado analítico garantiza la factibilidad de su ejecución y operación. Demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos nacionales comprometidos en el proyecto a través de su correcta comparación con otras alternativas intra o extra sectoriales".

## **1. Objetivos del estudio de factibilidad**

- Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de una posible inversión destacando aquellas que exhiban mayores niveles de complejidad.
- Demostrar la rentabilidad por el capital invertido y para los recursos económicos nacionales o internacionales comprometidos en el proyecto.
- Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.
- Demostración de viabilidad técnica y disponibilidad de los recursos humanos, materiales administrativos y financieros.
- Seleccionar la alternativa de acuerdo a su función turística sea compatible a los fines que se persiguen y sea la más competitiva entre otros proyectos.
- Preparar y facilitar el desarrollo de los estudios definitivos de pre inversión (factibilidad).
- Contribuir a las negociaciones para la obtención del financiamiento para los estudios definitivos y la ejecución del proyecto. (YUCTA. P 2003).

## **F. ESTUDIO DE MERCADO**

“La expresión estudio de Mercado” designa el conjunto de operaciones que realiza la empresa desde que dispone de las mercancías para la venta, o aún antes, hasta que aquellas se ponen al alcance de los consumidores. Consiste en un análisis profundo, sistemático y ordenado de los hechos que afectan al mercado, que tienen una serie de incidencias en todas las empresas y particularmente en las dedicadas a la venta de determinados productos”.Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado” (MONTOUSSE, I. y FERNÁNDEZ, L.1996).

El estudio de mercado, o determinación y análisis de mercados turísticos, es el conjunto de variables que permiten precisar y cuantitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización.

El estudio de mercado forma parte integral de la Estrategia de Mercadeo para cualquier proyecto o servicio. En forma más amplia, el estudio de mercado es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto turístico, del oferente al demandante o consumidor, en este caso denominado turista, con el fin de satisfacer las expectativas del cliente al tiempo que aumentar las utilidades netas de la empresa u organización

La finalidad del estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción - de bienes o servicios - en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes". (ARBOLEDA, G. 1998).

### **1. Análisis de la demanda**

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo éstas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Se entiende por Análisis de la demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de productos o servicios objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (CONTRERAS, C. 2005)

## **2. Análisis de la oferta**

“La oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer las capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto” (MENESES, E. 1998)

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio” (VACA, G. 2000).

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes (CONTRERAS, C. 2005).

## **3. Análisis de la competencia**

(MENESES, E. 1998) señala: “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captar el mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados”.

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia.

Es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas (CONTRERAS, C. 2005).

#### **4. Balance oferta –demanda**

Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En ésta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto (YUCTA, P. 2002).

### **G. ESTUDIO TÉCNICO**

El objetivo fundamental de integrar la parte técnica en un estudio de viabilidad es diseñar la labor de producción lo mejor posible para que, utilizando los recursos disponibles, se obtenga el producto o servicio demandado a costos mínimos con la calidad que satisfaga a los clientes y competitividad en el mercado. (OCAMPO, E. 2003)

El estudio de materias primas localización general y específica del proyecto dimensionamiento o tamaño de la planta; y el estudio de ingeniería del proyecto.

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de mercado. Tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y toma de decisiones, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto. (RODRIGUEZ, F. 2001).

Hernández, 1997 menciona que: “con la información proporcionada por el estudio de mercado y las variables preestablecidas que existiesen en torno al proyecto se procede a desarrollar el planteamiento técnico del mismo, cuyo objetivo central es definir las características de la futura empresa y de los productos que pondrá en el mercado. Para ello, sus áreas de análisis se concentrarán en:

#### **1.-Localización**

En toda inversión turística de equipamiento la localización es fundamental y en ciertos casos como el hotelero se convierte en un factor determinante para el éxito comercial, cualquiera que sea la mezcla segmentaría de mercado que se elija.

## **2.-Programa arquitectónico**

De hecho, mediante el programa arquitectónico, se precisa el producto, o productos, que serán puestos en el mercado, su calidad y particularidades físicas. Es a través de este programa que se establecen las edificaciones e instalaciones necesarias para cumplir con los requerimientos del mercado y en particular para situar en una posición adecuada al proyecto en relación con su competencia. El "plan maestro" con el cual se indican distribuciones espaciales de las distintas obras detectadas en el programa arquitectónico podrá incluirse en este apartado o desarrollarse por separado.

## **3.-Dimensionamientos**

Especificada la micro localización y con ella los terrenos o edificaciones (en el caso particular de restaurantes independientes) por disponer; es factible considerar el manejo de dimensiones por departamentos operacionales o "líneas de producción" y por áreas de apoyo y facilitación. Para ello será fundamental apoyarse en el estudio de mercado, que nos deberá informar sobre pautas de comportamiento, gustos y preferencias del futuro consumidor, así como de las soluciones arquitectónicas adoptadas por la competencia.

## **4.-Diseño.**

El diseño representa en la problemática comercial de un establecimiento turístico un elemento básico para apoyar su éxito en el mercado, ya que aún entre los segmentos motivados por viajes de negocios y convenciones, una empresa turística se encuentra siempre ligada a la idea de placer, descanso y recreación. Por lo tanto, la capacidad para hacer alegre, motivarte y placentero un espacio, no obstante que se use sólo para alojarse durante unas horas es determinante y requiere de un cuidado especial al emprenderse.

A nivel de un estudio de pre inversión es viable enfrentar el diseño a dos niveles de profundidad. El primero, que podría denominarse "bosquejo de intenciones", recurre a planteos preliminares sobre trazos verticales, horizontales, fachadas y esquemas básicos de apariencia y distribución. El segundo, ampliamente conocido como "anteproyecto arquitectónico".

## **5.-Calendarización de inversiones en activos fijos**

Una de las informaciones estratégicas en el estudio técnico para la elaboración del estudio financiero y la evaluación de inversiones es precisamente el cálculo de las erogaciones que requerirán las obras físicas del proyecto, complementadas con las correspondientes a la adquisición de terrenos, según el periodo que corresponda, en relación a un programa preliminar de construcciones”.

## **H. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

“Un enfoque eco turístico, a diferencia de un planteamiento de turismo masivo, implica una actitud responsable sobre la naturaleza misma y el volumen de turistas a recibirse, lo cual debe reflejarse en la gestión de los flujos de visitantes en el espacio y el tiempo de acuerdo al tipo de recurso. El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por el turismo requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de esas medidas debe ser la realización de los Estudios de Impacto Ambiental (en adelante EIA) previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

Los Estudios o Evaluaciones de Impacto Ambiental son uno de los métodos más efectivos para determinar cuándo 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.”(BÁEZ, A.2003)

## **I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

### **1. Estudio administrativo**

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara

resultados con lo planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” (VALDIVIESO, L.2000)

“Es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionara el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en : planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, a cada función dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboradores y otros” (LUNAR, R 2001)

## **2. Estudio legal**

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio. (HERNANDEZ, E. 1990).

Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o un producto en el mercado. Así por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos del autor, las patentes, el derecho mercantil, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarrillos, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como “todo con medida” “el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer”. Incluso hay normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con “g” minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos (CONTRERAS, C. 2005)

## **J. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO**

La información generada por los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesaria para implementar el proyecto; asimismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo. (OCAMPO, E. 2003)

### **1.-Valor presente neto**

El método de valor presente neto consiste en elegir la mejor entre un grupo de opciones mutuamente excluyentes, convirtiendo en flujo de efectivo en unidades comparables equivalentes. (OCAMPO, E. 2003)

El valor actual neto, viene determinado por la suma de los cash flow esperados, actualizados todos ellos con la tasa del costo de capital del inversor. (VELASTEGUI, H. 2002).

### **2.-Tasa de rendimiento interna TIR**

La tasa interna de rentabilidad, viene determinada por aquel factor de descuento que iguala el VAN a cero. Aunque es una de las medidas más utilizadas como indicador de rentabilidad de las inversiones, adolece de varios defectos, el más significativo el hecho de que es una medida interna que supone que los flujos de caja positivos se reinvierten al tipo de la propia tasa, y que los flujos negativos se financian al mismo costo de la tasa.

### **3.-Relación beneficio / costo**

La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés  $i$  es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés  $i$  entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés ( $i$ ). (ARBOLEDA, G.1998).

## **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **A. CARACTERIZACION DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

Baños de Agua Santa que es un paraíso termal y ecológico se encuentra ubicado en la cordillera de los Andes Se halla a 40Km de la ciudad de Ambato, a 176 Km de Quito, a 50Km de Riobamba y a 280Km de Guayaquil.

Juive la Pampa perteneciente al cantón Baños parroquia Matriz, situada en la parte oriental de la provincia de Tungurahua se levanta en el margen derecho del Pastaza, formando un valle circundado por las estribaciones del Tungurahua hacia el sur y por las cordilleras de Chontilla, Illuchi.

#### **2. Ubicación Geográfica**

**Longitud:** 78° 26' 0,71" W

**Latitud:** 01° 23' 7,12" S

**Altitud:** 1500-2150 msnm

#### **3. Límites**

**Norte:** Cantón Patate.

**Sur:** Provincia de Pastaza.

**Este:** Provincia de Napo.

**Oeste:** Provincia de Chimborazo

#### **4. Características Climáticas**

**Temperatura media anual:** 12-22°C

**Precipitación media anual:** 65.8 normal mm/mes1.200-7.000mm anuales.

**Humedad relativa:** 60%

## **5. Clasificación ecológica.**

La clasificación ecológica a la que corresponde la zona de estudio según SIERRA, R. 1999 es: Matorral seco montano.

## **6. Características del suelo**

Los suelos del Cantón Baños incluyen tres formaciones geológicas: Rocas metamórficas, rocas sedimentarias calcáreas y rocas volcánicas, de composición arcillosa, andesita, piroclástita, alófanos, arenosos y pedregosos por su topografía irregular y volcánica. (SIERRA, R. 1999).

## **B. MATERIALES**

### **1. Materiales**

Hojas de papel bond formato A4, libreta de campo, esferográficos, lápices, borradores, carpetas, calculadora, CDs, hojas cuadriculadas, juego geométrico.

### **2. Equipos**

Computador, copiadora, vehículo, impresora, GPS, cámara digital, cartas topográficas.

## **C. METODOLOGÍA**

### **1. Métodos de investigación**

El estudio de factibilidad para la implementación de un complejo vacacional se fundamentó en una metodología aplicada que se llevó a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, y cuyos objetivos se realizaron de la siguiente manera:

Para el cumplimiento del primer objetivo se siguieron los siguientes pasos:

## **2. Estudio de Mercado**

### **a. Análisis de la oferta**

#### **1) Análisis de la oferta actual**

El análisis de la oferta partió de un diagnóstico de la situación actual de la zona de estudio con mayor énfasis en los siguientes elementos.

- ✓ Condiciones ambientales y de infraestructura turística ( servicios básicos )
- ✓ Inventario de atractivos.

#### **2) Análisis de la oferta complementaria**

Se realizó un inventario de los establecimientos turísticos de la zona (hoteles, alimentación transporte, operación) con sus respectivas categorías capacidades y precios considerando su relación directa o indirecta con el producto.

#### **3) Análisis de la competencia**

Se analizaron las empresas que ofrecen productos similares a los que se pretende poner en el mercado con la ejecución y operación del producto de los cuales se recabó la información relacionada con:

- ✓ Servicios
- ✓ Precios
- ✓ Número de plazas

### **b. Análisis de la demanda**

Para la determinación del universo de estudio, se siguieron los siguientes pasos:

- 1) Segmentación.** Se utilizó segmentación de mercado, que permitió definir el sector específico que ofrece las mejores oportunidades para receptor el producto.

## 2) Universo de estudio

Se realizó una estimación del número de turistas que visitan el sector de acuerdo a los datos estadísticos oficiales emitidos por el MINTUR y estadísticas de INEC en las ciudades cercanas al cantón baños.

## 3) Cálculo de la muestra

En este punto se utilizó la fórmula de CANAVOS, G. (1988) para poblaciones finitas:

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

## 4) Análisis y síntesis de información

La herramienta que se utilizó fue la encuesta que contenía preguntas cerradas sobre las variables sociodemográficas y psicográficas del turista.

## 5) Determinar los perfiles de acuerdo al segmento

Una vez tabulados los datos se procedió a determinar los perfiles de turistas según sus gustos y preferencias.

## 6) Confrontación Oferta - Demanda

Se realizó un análisis de la oferta existente el Cantón Baños y se proyectó para los años de duración del proyecto, al igual que la demanda potencial, una vez proyectados estos datos se calculó la demanda insatisfecha, correspondiente a la diferencia de la demanda potencial, y oferta existente. De estos valores se calculó la demanda objetivo, para trabajar en el proyecto.

Proyecciones oferta – demanda

Se proyectó la demanda y oferta a 10 años según la vida útil del producto, Se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

$C_n$  = Incremento compuesto

$C_o$  = Número de clientes iniciales

$i$  = Índice de crecimiento del sector turístico

$N$  = años a proyectar

✓ Cálculo de la demanda potencial

Para obtener la demanda potencial se empleó la siguiente fórmula:

$$Q = n.p.q$$

Dónde:

$Q$  = demanda potencial.

$n$  = número de compradores posibles para el mismo tipo de producto en un determinado mercado.

$p$  = precio promedio del producto en el mercado.

$q$  = cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

✓ Cálculo de la demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se utilizó la siguiente fórmula

$$DI = D - O$$

Dónde:

$DI$  = Demanda insatisfecha

$D$  = Demanda existente

$O$  = Oferta existente

✓ Demanda objetivo

Para el cálculo de la proyección de la demanda objetivo de mercado se consideró el porcentaje del crecimiento anual del turismo al año 2011 en relación a la capacidad instalada del producto.

### **3. Estudio técnico**

Para el cumplimiento del segundo objetivo se siguieron los siguientes pasos:

#### **a. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística**

Para la planificación y el diseño técnico se consideró los datos obtenidos en el estudio de mercado, para lo cual se analizaron los siguientes aspectos:

- 1) **Localización del producto.-** se consideró la capacidad instalada.
- 2) **Tamaño del producto.-** se consideró el número de clientes proyectado para la constitución requerida.
- 3) **Tipología de la construcción.-** se consideró las condiciones ambientales y tipo de materiales.
- 4) **Diseño técnico arquitectónico.-** se consideró los siguientes aspectos: requerimientos mínimos, programación, diseño arquitectónico, distribución de la construcción, decoración de interiores, análisis de precios unitarios (APU). Además se tomó en cuenta las recomendaciones definidas en el análisis de la demanda servicios básicos y mantenimiento.
- 5) **Rubro de infraestructura turística.-** se determinó el valor total de la implementación de la infraestructura.
- 6) **Equipamiento y menaje.-** se consideró los siguientes aspectos: mobiliario, equipos y menaje del producto por área de servicio.

#### **b. Estudio de mercadotecnia**

Se realizó el planteamiento de estrategias de captación del mercado de acuerdo al marketing mix: producto, precio, plaza y promoción.

#### **4. Estudio ambiental**

Para el estudio de impacto ambiental se utilizó la matriz de Lázaro Lagos, se determinó la problemática ambiental, y las posibles acciones para mitigar los impactos ambientales y socioculturales en el área de intervención. El proceso fue el siguiente:

- ✓ Delimitación del área.
- ✓ Determinación de acciones y factores ambientales.- Esta matriz utilizará dos listas de revisión una de “factores” (características y condiciones existentes en el medio ambiente) que pueden ser afectados de manera positiva o negativa, y la otra de “acciones” (acciones propuestas las cuales pueden causar impacto ambiental).
- ✓ Parámetros de valoración de la magnitud e importancia de la matriz ambiental.
- ✓ Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos.
- ✓ Análisis de los resultados de la matriz ambiental de Lázaro Lagos.
- ✓ Acciones y requerimientos para mitigación de impactos ambientales.- Luego de realizar la evaluación ambiental con su respectivo análisis se determinará las acciones con sus requerimientos y su costo.

#### **5. El estudio administrativo y legal**

Para la estructura orgánica funcional se desarrolló un organigrama funcional, talento humano requerido por área de trabajo definición y caracterización por áreas, manual de funciones y diagramas de flujo.

#### **6. Estudio Legal**

Se revisaron todas las leyes y reglamentos que norman la creación de establecimientos que prestan servicios para el sector turístico como son: ley de turismo, reglamento de actividades turísticas, ley de compañías entre otros, con la finalidad de definir la figura legal con la cuál es factible la operación centro vacacional, así como los requisitos necesarios para la obtención de permisos patentes y licencias.

## **7. Estudio económico y evaluación financiera**

### **a. Estudio económico**

Para realizar este análisis se analizaron los gastos que se generaran en la implementación; este estudio se llevó a cabo mediante el análisis de:

- ✓ Cálculo de depreciaciones
- ✓ Presupuesto de costos y gastos
- ✓ Costos
- ✓ Ingresos
- ✓ Estado de resultados
- ✓ Flujo de caja del proyecto

### **b. Evaluación financiera**

Con la evaluación financiera se determinó la rentabilidad de la inversión mediante el cálculo de índices financieros como el VAN, TIR PRI.

## V. RESULTADOS

### A. ESTUDIO DE MERCADO

#### 1. Análisis de la oferta

##### a. Situación ambiental y económica

La mayor parte del cantón Baños está asentado en el parque Nacional Sangay, el corredor ecológico del Pastaza y el Parque Nacional Llanganates. Las principales actividades económicas que se desarrollan en el cantón son turísticas, agrícolas, avícolas, ganaderas y artesanales. La actividad turística ha sido reconocida a nivel nacional e internacional por el gran potencial turístico con el que cuenta y se describe a continuación.

**Tabla N: 1** Infraestructura Turística

CATEGORÍA	TIPOS	SUB-TIPO
Transporte	Terrestre	<b>Red de carreteras</b> Vía Ambato – Pelileo - Baños Píllaro -Patate-Puñapi-Lligua-Baños Puyo-Mera-Baños
		<b>Servicios para el automotor</b> Gasolineras del cantón baños Vulcanizadora y talleres mecánicos en el Cantón Señalización turística y mantenimiento de la vía Ingreso con vía pavimentada de primer orden
		<b>Servicios para turistas</b> Servicios de información, alimentación, alojamiento, operación, transporte turístico, recreación y descanso.
		<b>Servicios de seguridad</b> Policía, Bomberos, Salud, , Control de Carreteras.

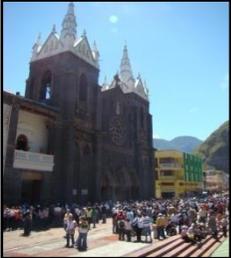
		<p><b>Señalización</b> Señalización vial y turística</p> <p><b>Servicio de transporte público</b> El servicio de transporte público lo brindan buses y camionetas. Las cooperativas de transporte “Ecológico Baños”, “San Francisco”, “Riobamba”, “Sangay” entre otras.</p> <p><b>Servicio de transporte turístico</b> El servicio exclusivo para turistas lo ofrecen: Cañamandur, Larreautoscia. Ltda. (sucursal baños) Nauco sintour, Transinfinitour</p>
<b>Comunicaciones</b>	<p><b>Internet</b></p> <p><b>Telefónicas</b></p>	<p>Disponibilidad de internet Si 11,44 %, No 88,56 %</p> <p>Disposición de telefonía convencional en el cantón Baños Si 47,99 %, y No 52,01 %.</p> <p>Para comunicación e información se cuenta con Código Postal, Periódicos, Radios, Revistas, Canales de TV, etc.</p>
<b>Sanidad</b>	<p><b>Red de agua</b></p> <p><b>Recolección de basura</b></p> <p><b>Salud</b></p>	<p>De red pública 86,49 % y De río, vertiente, acequia o canal 11,16 %</p> <p>En el cantón Baños los desechos sólidos lo eliminan por carro recolector el 86,91 %, la arrojan en terreno baldío o quebrada 2,86 % y La queman 7,78 %.</p> <p>El cantón cuenta con un hospital público, la cruz roja, clínicas privadas para la atención del servicio de salud las 24 horas.</p>
<b>Energía</b>	<p><b>Red eléctrica</b></p> <p><b>Combustible</b></p>	<p>Red de empresa eléctrica de servicio público en un 99,30 %</p> <p>Para el abastecimiento de combustible, el cantón Baños cuenta con gasolineras, mientras que el gas para consumo doméstico lo adquieren en los vehículos distribuidores locales.</p>

Fuente: INEC – CPV 2010. GAD Baños  
Elaborado: Edison Lara

**b. Validación del inventario de atractivos turísticos parroquia Matriz (cantón Baños). (Anexo 1)**

**Tabla N: 2** Validación del inventario de atractivos turísticos parroquia Matriz

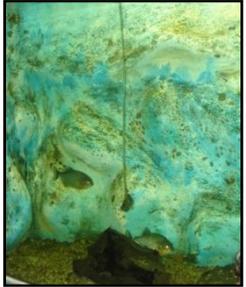
<b>N°</b>	<b>Nombre del atractivo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Fotografía</b>
1	<b>VOLCÁN TUNGURAHUA.</b>	Sitios Naturales.	Montaña	Volcán	II	Latitud : 9837737 N Longitud : 0784554 E Altura : 5016 msnm	
2	<b>MIRADOR OJOS DEL VOLCÁN.</b>	Sitios Naturales.	Montaña	Mirador.	II	Latitud : 9845900 N Longitud : 0786391 E Altura : 2708 msnm.	
3	<b>MIRADOR DE LA VIRGEN DE VENTANAS Y RUNTÚN.</b>	Manifestación Cultural.	Realizaciones Técnicas y Científicas.	Gruta.	II	Latitud : 9844872 N Longitud : 0786125 E Altura : 2071 msnm.	

4	<b>MIRADOR DE LA CRUZ DE BELLAVISTA.</b>	Sitios Naturales.	Montaña	Mirador.	II	Latitud : 9845130 N Longitud : 0787690 E Altura : 2100 m.s.n.m.	
5	<b>SANTUARIO NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO DE AGUA SANTA.</b>	Manifestaciones Culturales.	Históricas.	Arquitectura Religiosa	III	Latitud : 9845400 N Longitud : 0787012 E Altura : 1807 msnm	
6	<b>MUSEO FRAY ENRIQUE MIDEROS.</b>	Manifestación Cultural.	Históricas.	Museo.	III	Latitud : 9845460 N Longitud : 0787012 E Altura : 1807 msnm.	

7	<b>PARQUES DE BAÑOS</b>	Manifestaciones Culturales.	Realizaciones Técnica y Científicas.	Parque	II	Latitud : 9827274 N Longitud : 0786957 E Altura : 1821 msnm.	
8	<b>PASAJE ARTESANAL ERMITA DE LA VIRGEN.</b>	Manifestación Cultural.	Etnografía.	Feria de artesanías.	II	Latitud : 9845747 N Longitud : 0785711 E Altura : 1825 msnm.	
9	<b>ARTESANÍAS DE LA PARROQUIA BAÑOS.</b>	Manifestación Cultural.	Etnografía.	Artesanías.	II	Latitud : 9845349 N Longitud : 0786993 E Altura : 1821 msnm.	

10	<b>GASTRONOMIA TÍPICA DE BAÑOS.</b>	Manifestaciones Culturales.	Etnografía.	Comidas y Bebidas Típicas.	III	Latitud : 9845690 N Longitud : 0788205 E Altura : 1866 msnm.	
11	<b>DOWNHILL.</b>	Manifestación Cultural.	Acontecimientos Programados.	Deportes Extremos.	III	Latitud : 984439 N Longitud : 0787565 E Altura : 2347 msnm.	
12	<b>ESCALADA DEPORTIVA.</b>	Manifestación Cultural.	Acontecimientos Programados.	Deportes Extremos.	III	Latitud : 9845870 N Longitud : 0785587 E Altura : 1811 msnm.	

13	<b>CANOPY.</b>	Manifestación Cultural.	Acontecimientos Programados.	Deportes Extremos.	II	Latitud : 9845778 N Longitud : 0785288 E Altura : 1854 msnm.	
14	<b>TREEKING.</b>	Manifestaciones Culturales.	Acontecimientos Programados.	Deportes Extremos.	II	Latitud : 9844392 N Longitud : 0787565 E Altura : 2347 msnm.	
15	<b>ECO ZOOLOGICO "SAN MARTIN".</b>	Manifestaciones Culturales.	Realizaciones Técnicas y Científicas.	Zoológico y acuario.	III	Latitud : 9845860 N Longitud : 0785422 E Altura : 1866 msnm.	

16	<b>ACUARIO, SERPENTARIO Y AVES EXOTICAS “SAN MARTÍN”.</b>	Manifestaciones Culturales.	Realizaciones Técnicas y Científicas.	Zoológicos y acuarios.	II	Latitud : 9845870 N Longitud : 0785402 E Altura : 1866 msnm.	
17	<b>ENCAÑONADO DE SAN MARTÍN.</b>	Sitio Natural.	Río.	Encañonado.	I	Latitud : 9845633 N Longitud : 0785245 E Altura : 1822 m.s.n.m.	
18	<b>TERMAS DE EL SALADO.</b>	Sitio Natural.	Aguas subterráneas.	Aguas termales.	II	Latitud : 9844548 N Longitud : 0785740 E Altura : 1928 m.s.n.m.	

19	<b>TERMAS DE LA VIRGEN.</b>	Sitio Natural	Aguas subterráneas.	Aguas termales.	II	Latitud : 9845222 NLongitud : 0787380 E Altura : 1806 m.s.n.m.	
20	<b>CASCADA INÉS MARÍA.</b>	Sitio Natural.	Río.	Cascada.	I	Latitud : 9845992 N Longitud : 0786484 E Altura : 1889 msnm.	
21	<b>CORREDOR ECOLÓGICO LLANGANATES – SANGAY.</b>	Sitio Natural.	Área protegida.	Corredor ecológico.	III	Latitud : 9819132 N Longitud : 0784535 E Altura : 900-1700 m.s.n.m.	

Fuente: Ministerio de Turismo – Dirección Provincial de Tungurahua – Inventario de atractivos turísticos  
 Elaborado: Edison Lara

### c. Oferta complementaria

La oferta complementaria se tomó en cuenta los establecimientos turísticos que constan en el catastro del Ministerio de Turismo 2011.

### d. Análisis de la competencia

**Tabla N: 3** Centro Recreacional Eduardos

<b>NOMBRE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>CENTRO RECREACIONAL EDUARDOS</b>
<b>Ubicación</b>	Velasco Ibarra y 12 de Noviembre
<b>Teléfono</b>	03 274 0914
<b>Servicios ofertados</b>	Restaurante, Habitaciones simples, dobles y triples con baño privado, tv cable, juegos infantiles, piscinas, canchas deportivas, espacios verdes
<b>Plaza</b>	60
<b>Clientes anuales</b>	5800
<b>Precio</b>	Habitaciones \$12 y hasta \$18

Fuente: Trabajo de campo catastro MINTUR 2011

**Tabla N: 4:** Complejo Turístico Ulba

<b>NOMBRE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>COMPLEJO TURÍSTICO ULBA</b>
<b>Ubicación</b>	Parroquia Ulba
<b>Teléfono</b>	03 274 0220
<b>Servicios ofertados</b>	Sala de eventos, hospedaje, alimentación. Área recreativa, spa, espacios verdes, piscinas, sala de juegos.
<b>Plaza</b>	40
<b>Precio</b>	\$15 por persona
<b>Clientes anuales</b>	4662

Fuente: Trabajo de campo y catastro MINTUR 2011

Tabla N: 5 Hostería Agoyán

<b>NOMBRE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>HOSTERIA AGOYAN</b>
<b>Categoría</b>	Segunda
<b>Ubicación</b>	Av. Amazonas Km. 5 Vía al Puyo
<b>Teléfono</b>	2776 111/ 099020238
<b>Servicios ofertados</b>	22 cabañas, Restaurante, Sala de eventos, Mini sala de cine, Discoteca, Oficina de información turística Áreas verdes, Juegos infantiles, Mirador de la cascada, Vistas panorámicas, Terapias Alternativas Sauna, Jacuzzi, Turco, Baños de cajón
<b>Plaza</b>	50
<b>Precio habitación</b>	Habitación sencilla \$12, Habitación doble \$19, \$21 Habitación triple
<b>Clientes anuales</b>	6146

Fuente: Trabajo de campo y catastro MINTUR 2011

Tabla N: 6 Hostería Monte Selva

<b>NOMBRE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>HOSTERIA MONTE SELVA</b>
<b>Categoría</b>	Primera
<b>Ubicación</b>	Halfants y J. Montalvo
<b>Teléfono</b>	(03)2740566 /095249081
<b>Servicios ofertados</b>	Restaurante y hospedaje, cafetería, piscinas, spa, masajes y terapias, áreas de esparcimiento, tours y seminarios, deportes de aventura
<b>Plaza</b>	50
<b>Precios</b>	unipersonal \$ 45,45 usd, doble / matrimonial \$ 75,64 usd, triple \$99,14 usd, masajes de \$15 a \$25 depende tiempo deportes de aventura de \$10 a \$30
<b>Clientes anuales</b>	5500

Fuente: Trabajo de campo y catastro MINTUR 2011

Tabla N: 7 Hostería el Trapiche

<b>NOMBRE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>HOSTERIA EL TRAPICHE</b>
<b>Categoría</b>	Primera
<b>Ubicación</b>	Vía al Puyo Km. 1
<b>Teléfono</b>	2 740-836
<b>Servicios ofertados</b>	Alojamiento, alimentación, hidromasaje, tours ecológicos, baños de cajón terapias cosméticas, medicinales familiares y de desarrollo personal salas de masaje
<b>Plaza</b>	57
<b>Precio habitación</b>	Simple \$ 20 Matrimonial \$40 Triple \$60 Familiar \$18 Baños de cajón \$5,00 Masaje relajante \$15 Masaje terapéutico \$30
<b>Clientes anuales</b>	6800

Fuente: Trabajo de campo y catastro MINTUR 2011

Tabla N: 8 Hostería Jardines Chamana

<b>NOMBRE ESTABLECIMIENTO</b>	<b>HOSTERIA JARDINES DE CHAMANA</b>
<b>Categoría</b>	Primera
<b>Ubicación</b>	A 2 Km de baños Vía Puyo
<b>Teléfono</b>	03274-1389
<b>Servicios ofertados</b>	Restaurante, hospedaje sala de conferencias, sala de eventos sociales, área recreativa para niños, sala de juegos de mesa
<b>Plaza</b>	60
<b>Precio habitación</b>	Hospedaje habitación simple \$ 18
<b>Clientes anuales</b>	5260

Fuente: Trabajo de campo y catastro MINTUR 2011

### e. Proyección de la oferta

Se realizó la proyección de la oferta para los próximos 10 años, en base a la demanda atendida por la competencia es decir los complejos turísticos y hosterías con características similares y se obtuvo que 34168 turistas consumen la oferta existente al año 2012.

**Tabla N: 9** Proyección oferta

N°	AÑO	OFERTA
1	2011	34168
2	2012	36901
3	2013	39854
4	2014	43042
5	2015	46485
6	2016	50204
7	2017	54220
8	2018	58558
9	2019	63243
10	2020	68302

Fuente: Trabajo de campo y catastro MINTUR 2011  
Elaborado: Edison Lara

## f. Análisis competitivo

**Tabla N: 10** Matriz FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La presencia de productos y productores especializados y posicionados en el mercado turístico nacional e internacional, especialmente en lo referente a segmentos de salud por agua (spa), ecoturismo, deportes y aventura, y de tipo social-religioso.</li> <li>➤ El acceso permanente a la zona amazónica, gracias a la vía Baños-Puyo, que por otro lado muestra ya un apreciable desarrollo de iniciativas turísticas en su recorrido. La vinculación ha generado además una alianza turística clara entre ambas poblaciones, que puede formalizarse o institucionalizarse de diferentes maneras.</li> <li>➤ La experiencia gerencial y la presencia de recurso humano especializado.</li> <li>➤ Las capacidades formadas en la población para afrontar emergencias y riesgos naturales.</li> <li>➤ Precios competitivos para toda clase social y económica</li> <li>➤ Importante fuente generadora de empleo e ingresos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Las posibilidades de desarrollar iniciativas base comunitaria, orientadas hacia segmentos de turismo social, científico y ecoturístico, permitirían al cantón conectarse con nichos de demanda más especializados, contantes, de mejor nivel educativo y económico.</li> <li>➤ Desarrollo de productos turísticos</li> <li>➤ Fortalecimiento de la calidad de los productos, servicios y entorno físico de la oferta turística actual</li> <li>➤ Gestión de la información turística clave</li> <li>➤ Manejo adecuado de los recursos naturales y culturales</li> <li>➤ Fomento de inversiones y promoción del emprendimiento turístico</li> <li>➤ Desarrollo de políticas de seguridad y gestión de riesgo</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de control en la categorización de los establecimientos: Hotel, Hostal, Residencial</li> <li>➤ Bajos niveles en la calidad del Recurso Humano principalmente en atención al cliente.</li> <li>➤ Problemas en la calidad en los sistemas de atención e información turística al cliente y manejo inadecuado de la información acerca de la actividad volcánica, lo que ahuyenta a la normal concurrencia de visitantes.</li> <li>➤ La inexistencia de información estadística actualizada no permite tomar decisiones adecuadas relacionadas con el turismo.</li> <li>➤ Insuficiente sensibilidad y compromiso de la población en mejorar el ambiente cotidiano para el turismo.</li> <li>➤ Descoordinación institucional pública – privada local y, por ende la incapacidad de apoyar adecuadamente las actividades turísticas ya que existe dureza en la competencia entre actores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Efectos negativos sobre el medio ambiente generado por las grandes obras y proyectos de infraestructura, como Agoyán y San Francisco por ejemplo, que causan o pueden causar deterioro de Recursos Naturales debido a sobreexplotación o a ausencia de políticas y acciones de restauración o mitigación de impactos.</li> <li>➤ Falta de educación turística y formación práctica en Institutos.</li> </ul>

## 2. Análisis de la demanda

### a. Segmentación de mercado

Para el análisis de la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turistas nacionales y extranjeros a los cuales el complejo vacacional dirigirá su oferta.

### b. Universo de estudio

#### 1) Mercado extranjero

Según datos del Ministerio de Turismo 1. 271.953 Turistas extranjeros llegaron a Ecuador en el año 2012, sabiendo que la mayoría de estos turistas recorren por distintos destinos turísticos del Ecuador, se desconoce la afluencia exacta del número de turistas que ingresan a los cantones de la provincia de Tungurahua, sin embargo la Dirección Provincial de Turismo estima que el cantón Baños participa con el 23% de ese total. Por lo tanto el número de turistas extranjeros que recibió el cantón Baños en el año 2012 fue de 292.549.

#### 2) Mercado nacional

El universo de estudio fue tomado de los datos del INEC 2010, se sumó el total de la población urbana de Ambato, Riobamba, Quito y Guayaquil, dando como resultado 5.505.939 habitantes, considerando únicamente a la Población Económicamente Activa (PEA) con un porcentaje del 32% dando como resultado 1761900 habitantes .

**Tabla N: 11:** Estratificación Turistas Nacionales

<b>Ciudad</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Encuestas</b>
Ambato	351.477	6%	7
Riobamba	240.612	5%	6
Quito	2.412.427	44%	53
Guayaquil	2.501.423	45%	54
<b>Total</b>	5.505.939	100%	120

Fuente: INEC 2010

### c. Cálculo de la muestra

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

$$n = \frac{292549 (0.5 * 0.5)}{(292.549- 1) (0.08/1.75)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{73137,25}{611,6156}$$

$$n = 119.58$$

**n = 120** encuestas (turistas extranjeros)

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

$$n = \frac{1761900 (0.5 * 0.5)}{(1761900- 1) (0.08/1.75)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{513612, 25}{4293, 62}$$

$$n = 119.62$$

**n = 120** encuestas (turistas nacionales)

### d. Instrumento

Para la investigación de campo se diseñó un cuestionario que fue aplicado a turistas nacionales y extranjeros en los meses de enero y febrero 2013 en diferentes puntos de concentración turística del cantón baños. (Anexo 2)

## e. Resultados del estudio de mercado

### ➤ Turistas extranjeros

#### 1) Edad de los turistas extranjeros

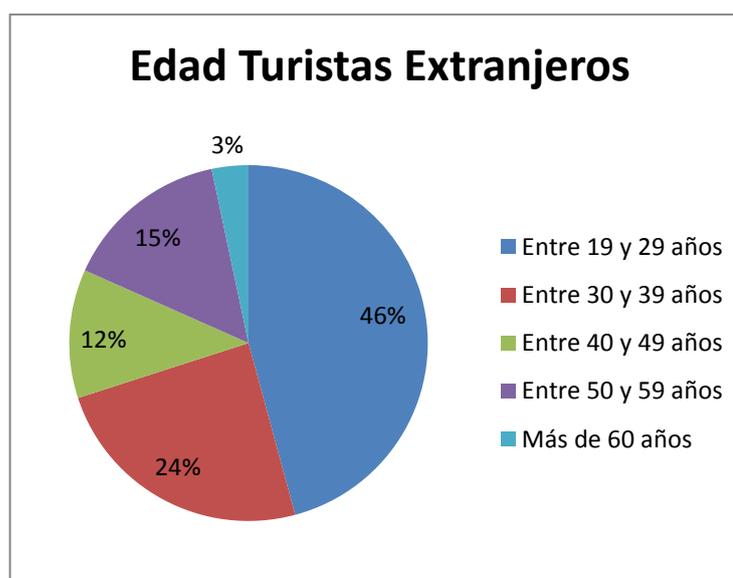
En mayor porcentaje según la tabla de datos, se puede decir que el 47.06 % pertenece a turistas jóvenes de entre 19 y 29 años, siendo en este caso el que mayor porcentaje representa.

**Tabla N: 12** Edad Turistas Extranjeros

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Entre 19 y 29 años	55	45,8
Entre 30 y 39 años	29	24,2
Entre 40 y 49 años	14	11,7
Entre 50 y 59 años	18	15
Más de 60 años	4	3,3
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 1** Edad Turistas Extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

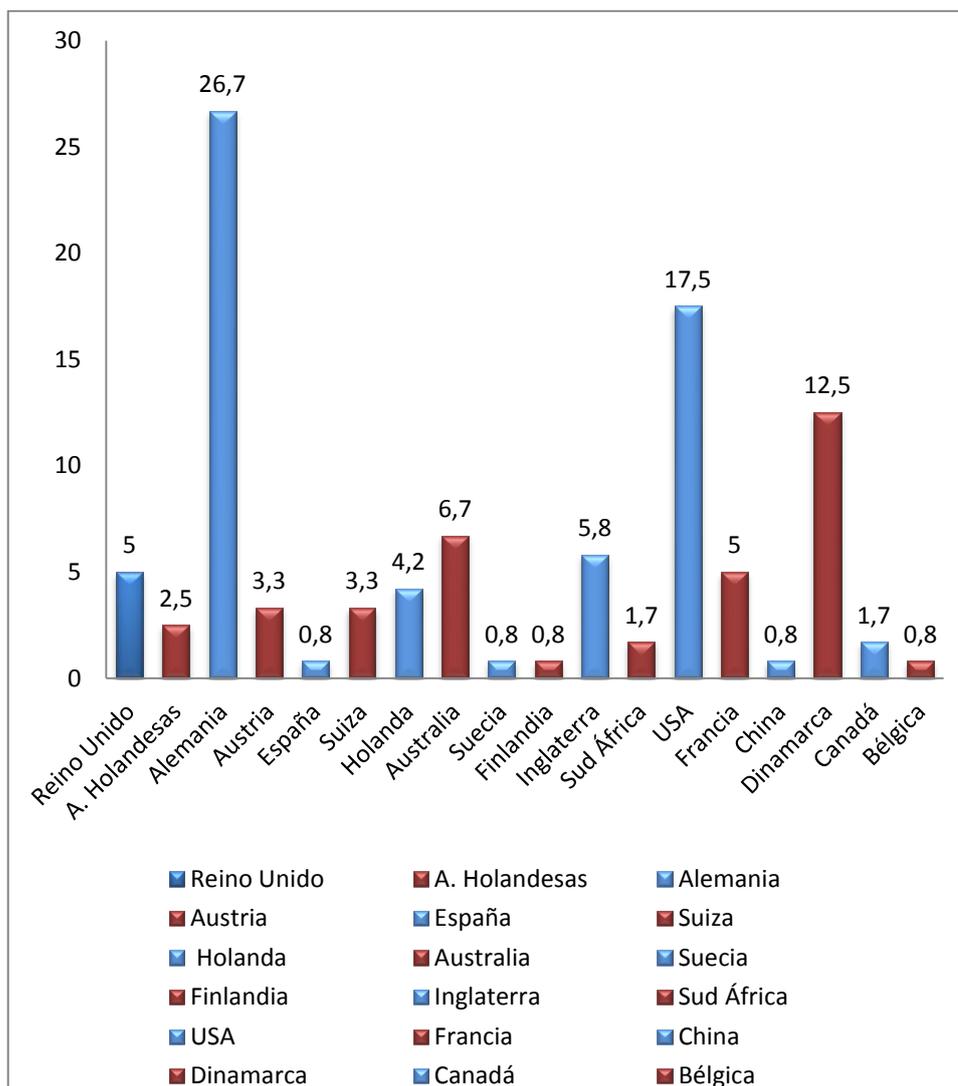
## 2) Lugar de procedencia de los turistas extranjeros

Entre los tres países de procedencia que mayor visitan el cantón de Baños son Alemania con el 26.7 %, luego le sigue con el 17.5 % los Estados Unidos.

**Tabla N: 13** Procedencia Turistas extranjeros

<b>Procedencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Reino Unido	6	5
A. Holandesas	3	2,5
Alemania	32	26,7
Austria	4	3,3
España	1	0,8
Suiza	4	3,3
Holanda	5	4,2
Australia	8	6,7
Suecia	1	0,8
Finlandia	1	0,8
Inglaterra	7	5,8
Sud África	2	1,7
USA	21	17,5
Francia	6	5
China	1	0,8
Dinamarca	15	12,5
Canadá	2	1,7
Bélgica	1	0,8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 2** Procedencia Turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de campo  
 Elaborado: Edison Lara

### 3) Género de los turistas extranjeros

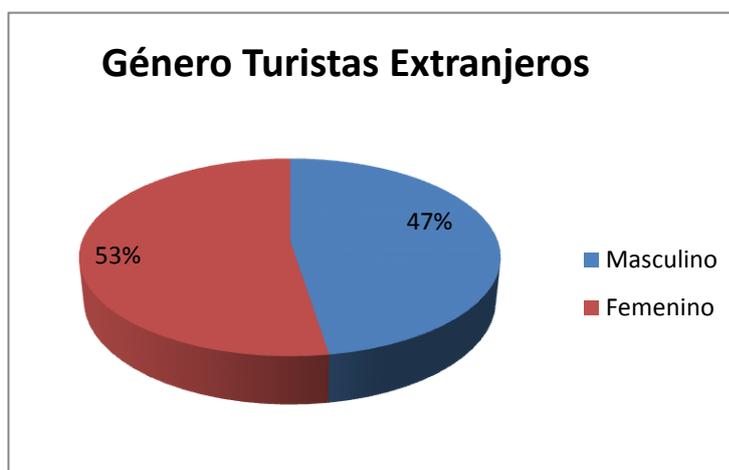
El género femenino visita con mayor frecuencia el cantón con el 52.5 %, mientras que el 47,5% son hombres, se puede concretar que hay mayor presencia de mujeres haciendo turismo.

**Tabla N: 14:** Género Turistas extranjeros

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	57	47,5
Femenino	63	52,5
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 3** Género Turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

#### 4) Estado civil de los turistas extranjeros

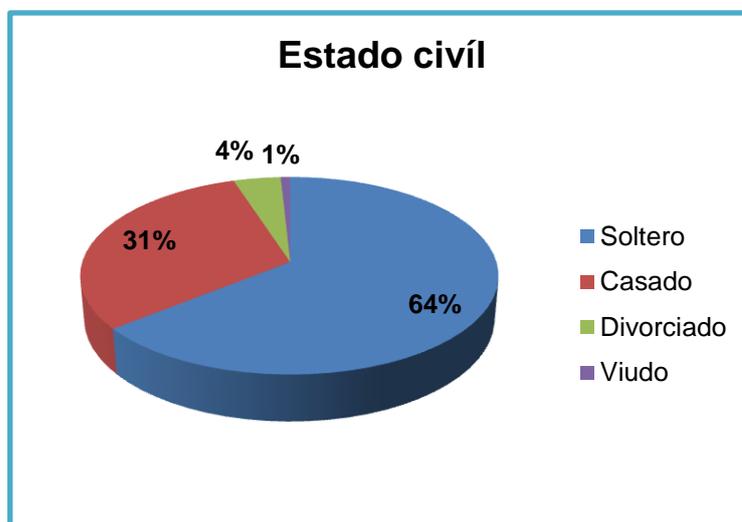
La mayor parte de turistas extranjeros son solteros con el 64.2 %, casados el 30.8 %, divorciados el 4.2 % y apenas el 0.8% es viudo. Entonces se puede indicar en mayor porcentaje que son turistas solteros.

**Tabla N: 15** Estado civil turistas extranjeros

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	77	64,2
Casado	37	30,8
Divorciado	5	4,2
Viudo	1	0,8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 4** Estado civil Turistas Extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 5) Nivel de educación de los turistas extranjeros

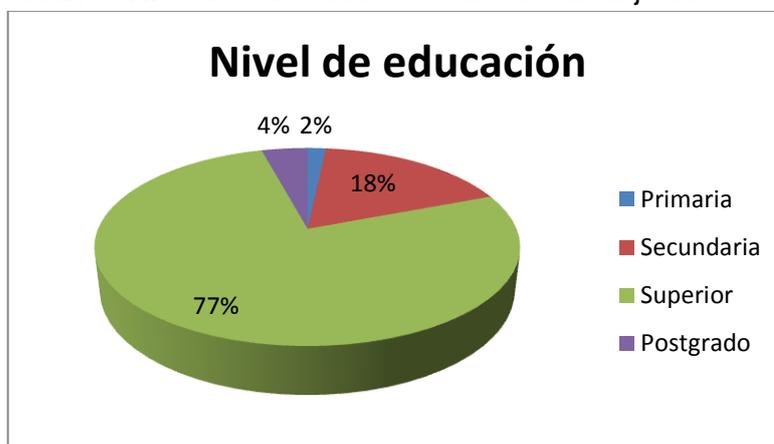
El nivel de educación indica que el 83.3% tienen un grado de preparación superior, en su mayoría son profesionales, mientras que el 13.3 % tiene un nivel de educación secundaria, postgrado apenas el 2.5 % y el 1 % cursaron la primaria.

**Tabla N: 16** Nivel de educación turistas extranjeros

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	1	0,8
Secundaria	16	13,3
Superior	100	83,3
Postgrado	3	2,5
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 5** Nivel de educación turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## 6) Situación Laboral de los turistas extranjeros

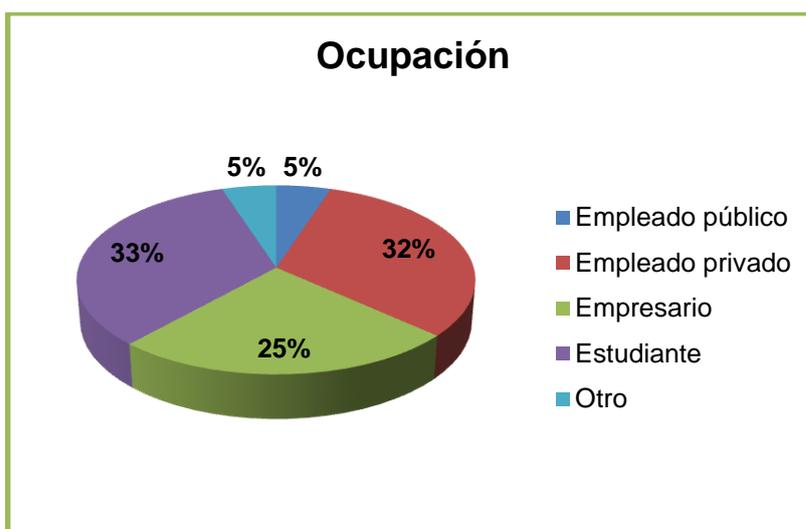
En lo que respecta a la cuestión laboral se identificó que la mayoría de turistas que ingresan al cantón son estudiantes, es decir con el 33.3 %, empleados privados con el 31.7 %, el 25 % son empresarios y en menor porcentaje están los que laboran de empleados públicos con apenas el 5 %.

**Tabla N: 17** Situación Laboral de los turistas extranjeros

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Empleado público	6	5
Empleado privado	38	31,7
Empresario	30	25
Estudiante	40	33,3
Otro	6	5
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 6** Situación Laboral de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 7) Nivel de ingresos mensuales de los turistas extranjeros

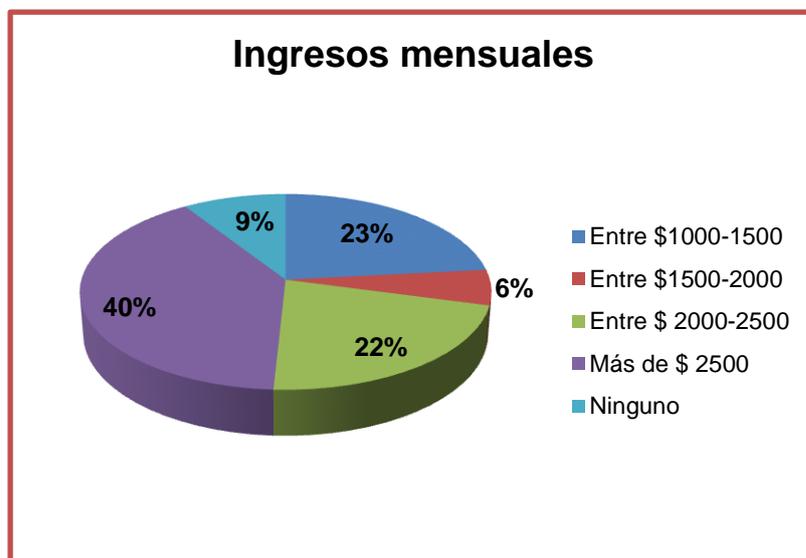
Los ingresos que perciben los turistas mensualmente sobrepasan los \$ 2500, esto quiere decir que el 40 % ganan mucho más del monto establecido, son empresarios que perciben ingresos económicos muy altos.

**Tabla N: 18** Ingresos mensuales de los turistas extranjeros

Ingresos mensuales	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$1000-1500	28	23,3
Entre \$1500-2000	7	5,8
Entre \$ 2000-2500	26	21,7
Más de \$ 2500	48	40
Ninguno	11	9,2
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 7** Ingresos mensuales de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 8) Frecuencia de visita de los destinos turísticos de los turistas extranjeros

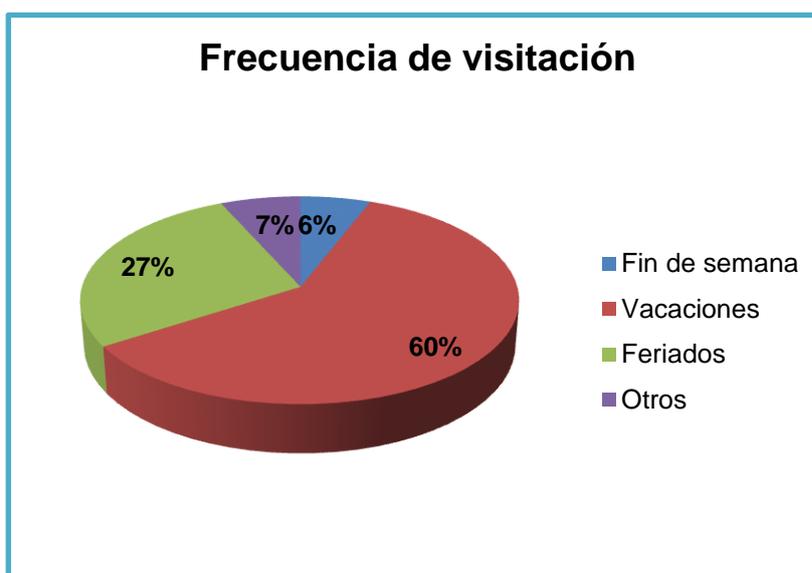
El 60 % de turistas viajan a destinos turísticos en temporada de vacaciones, mientras que el 27.5 % prefieren viajar en feriados, por otros motivos suelen viajar apenas el 6.7 % y en menor porcentaje hay turistas que viajan los fines de semana con el 5.8 %.

**Tabla N: 19** Frecuencia de visitación a destinos turísticos

Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje
Fin de semana	7	5,8
Vacaciones	72	60
Feridos	33	27,5
Otros	8	6,7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 8** Frecuencia de visitación a destinos turísticos



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 9) Motivo de viaje de los turistas extranjeros

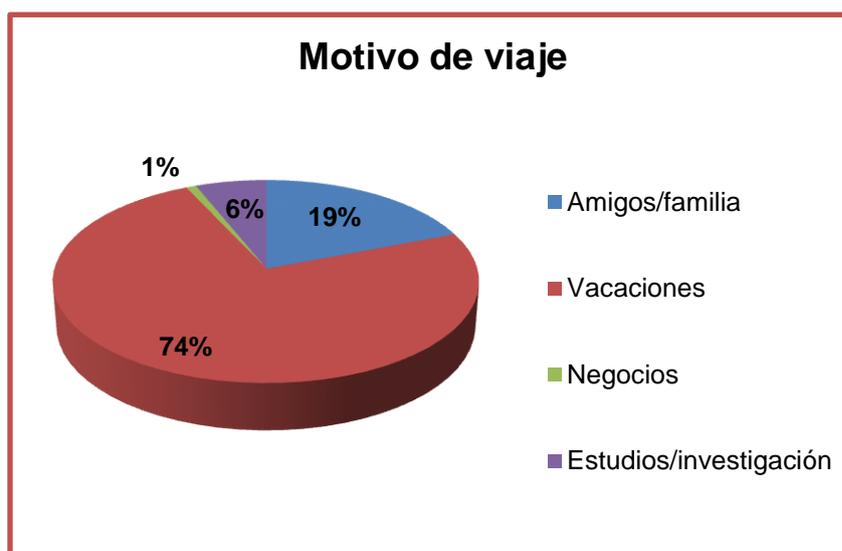
El motivo por los que suelen viajar los turistas extranjeros, son por vacaciones en un 70.8% viajan por vacaciones, el 18.3 % viajan por amigos/familia, el 5.8 % por estudios e investigación, por otras razones viajan apenas el 4.2 % y en mínimo porcentaje viajan por negocios con el 0.8%.

**Tabla N: 20** Motivo de viaje turistas extranjeros

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Amigos/familia	22	18,3
Vacaciones	85	70,8
Negocios	1	0,8
Estudios/investigación	7	5,8
Otros	5	4,2
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 9** Motivo de viaje turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 10) Aceptación e interés por el Complejo Vacacional de los turistas extranjeros

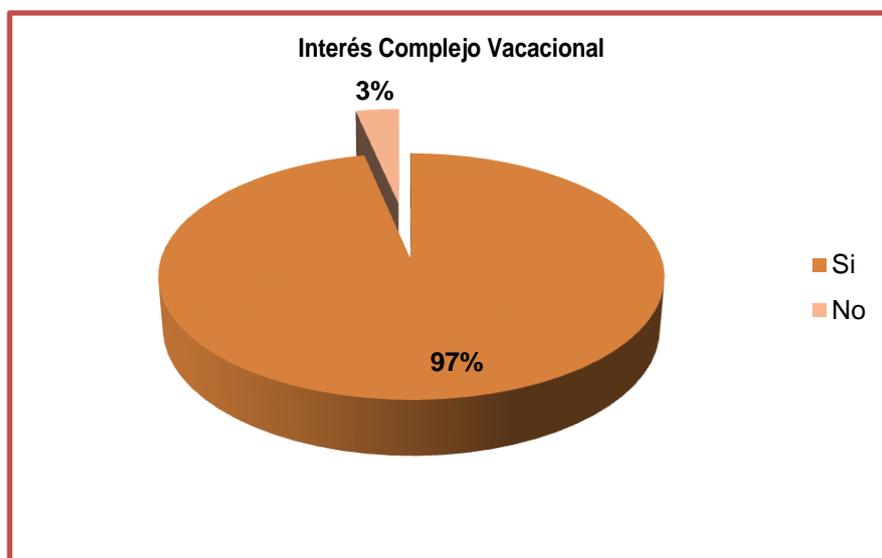
De las 120 encuestas que se aplicó a turistas extranjeros, el 96.7 % está interesado y le gustaría contar con un Complejo Vacacional para la satisfacción de sus necesidades de descanso y recreación, mientras que apenas el 3.3 % no tiene interés.

**Tabla N: 21** Interés Complejo Vacacional de los turistas extranjeros

Variable	Nº	Porcentaje
Si	116	96,7
No	4	3,3
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 10** Interés Complejo Vacacional de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 11) Preferencia de servicios en el Complejo Vacacional de los turistas extranjeros

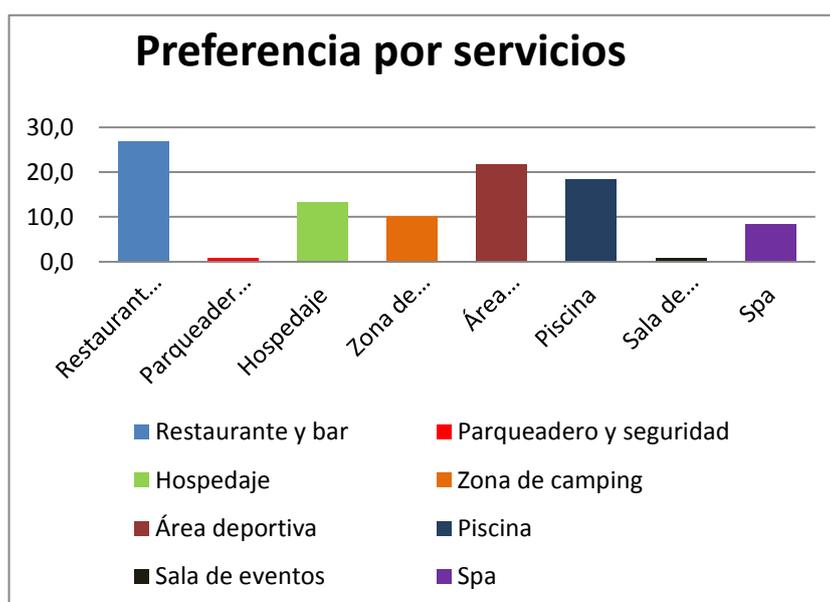
Los servicios que prefieren los turistas extranjeros son restaurante y bar en un 26.7%, área deportiva 21,7%, piscina el 18,3%, hospedaje en un 13,3%, zona de camping 10%, spa el 8,3%, parqueadero y seguridad en un 0,8% igualmente que servicio de y sala de eventos.

**Tabla N: 22** Preferencia de servicios de los turistas extranjeros

Variable	Nº	Porcentaje
Restaurante y bar	32	26,7
Parqueadero y seguridad	1	0,8
Hospedaje	16	13,3
Zona de camping	12	10,0
Área deportiva	26	21,7
Piscina	22	18,3
Sala de eventos	1	0,8
Spa	10	8,3
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 11** Preferencia de servicios de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## 12) Gasto por día / persona por los servicios prestados en el Centro Vacacional de los turistas extranjeros

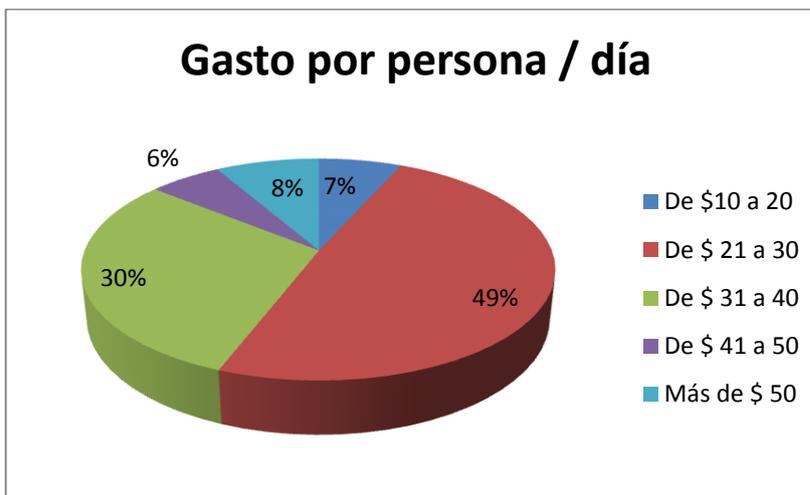
Por los diferentes servicios que prestaría el Centro Vacacional los turistas extranjeros están dispuestos a gastar de \$ 21 a 30 dólares, el 49,2 % a la vez el 30 % manifiestan gastar por día de \$ 31 a 40, el 6.7 % solo pagarán el día de \$ 10 a 20, otros gastarían de 41-a 50 dólares el 5,8 % y 8,3 % turistas que pagarían por día y por persona más de 50 dólares.

**Tabla N: 23** Gasto por día y por persona de los turistas extranjeros

Precio por día y por persona	Frecuencia	Porcentaje
De \$10 a 20	8	6,7
De \$ 21 a 30	59	49,2
De \$ 31 a 40	36	30,0
De \$ 41 a 50	7	5,8
Más de \$ 50	10	8,3
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 12** Gasto por día y por persona de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 13) Acompañantes en la visita de lugares turísticos de los turistas extranjeros

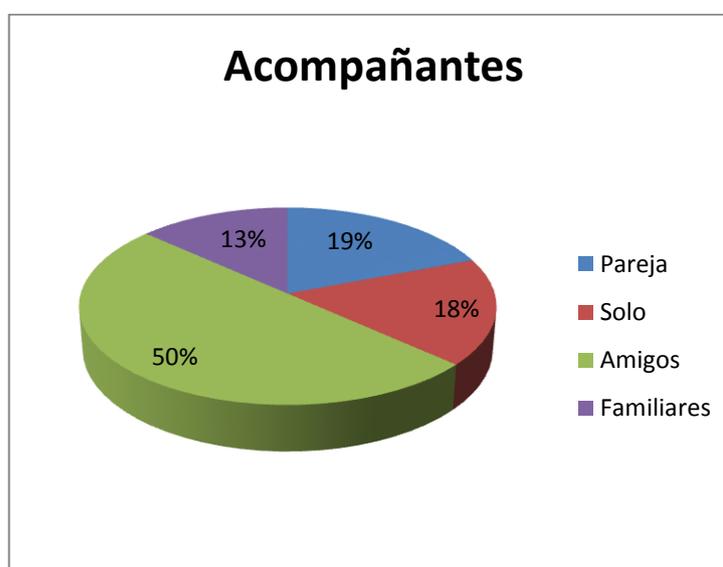
El 50 % de turistas les gusta viajar con amigos, por lo general viajan en grupos de hasta cuatro personas, seguidamente con el 19.2 % suelen viajar en pareja y solos, el 17.5 % y viajan con familiares el 13.3%.

**Tabla N: 24** Acompañantes de los turistas extranjeros

Acompañantes	Frecuencia	Porcentaje
Pareja	23	19,2
Solo	21	17,5
Amigos	60	50,0
Familiares	16	13,3
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 13** Acompañantes de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

#### 14) Estadía en el Complejo Vacacional de los turistas extranjeros

El 74.2 % de los turistas que les gustaría contar con un centro vacacional manifiestan que su estadía será de 2-3 días, mientras el 16.7 % prefieren permanecer en el centro más de 4 días, y apenas el 9.2 % no optan por quedarse en el complejo.

**Tabla N: 25** Estadía de los turistas extranjeros

Estadía	Frecuencia	Porcentaje
1 día	11	9,2
2-3 días	89	74,2
4 o más días	20	16,7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 14** Estadía de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

### 15) Medio informativo de los turistas extranjeros

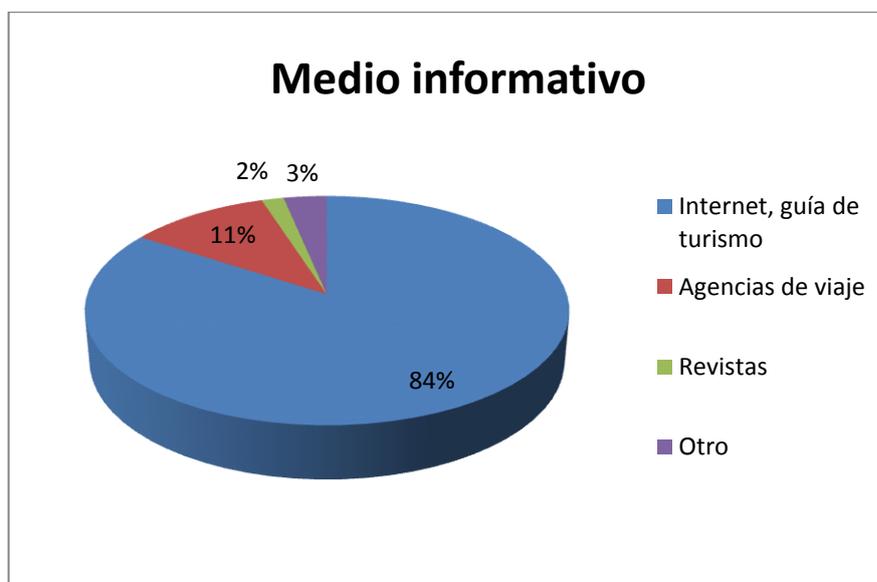
El 84.2 % de turistas se informan de los destinos turísticos por el internet y por guías de turismo, el 10.8% se informan por agencias de viaje, el 3.3 % por otro medio y en menor porcentaje el 1.7 % se informa por revistas.

**Tabla N: 26** Medio informativo de los turistas extranjeros

Medio informativo	Frecuencia	Porcentaje
Internet, guía de turismo	101	84,2
Agencias de viaje	13	10,8
Revistas	2	1,7
Otro	4	3,3
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 15** Medio informativo de los turistas extranjeros



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## a) Turistas Nacionales

### 1) Edad de los turistas nacionales

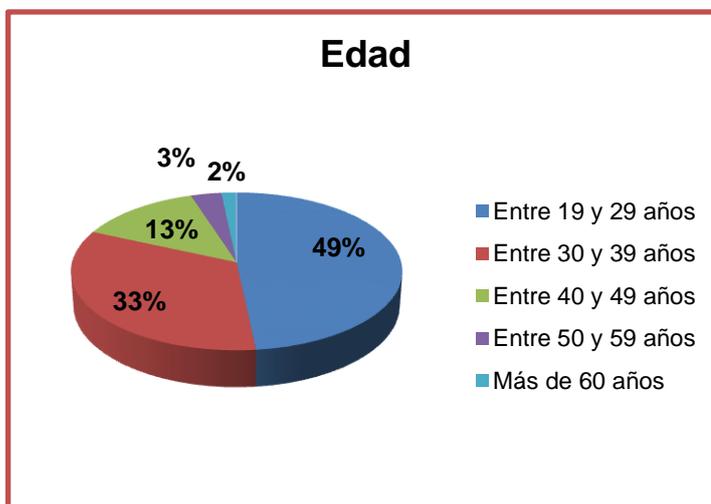
El mayor porcentaje del turista nacional es joven comprendido de entre edades de 19 a 29 años con el 48.3 %, seguido del 33.3 % de 30 a 39 años.

**Tabla N: 27** Edad de los turistas nacionales

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Entre 19 y 29 años	58	48,3
Entre 30 y 39 años	40	33,3
Entre 40 y 49 años	16	13,3
Entre 50 y 59 años	4	3,3
Más de 60 años	2	1,7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 16** Edad de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## 2) Lugar de procedencia de los turistas nacionales

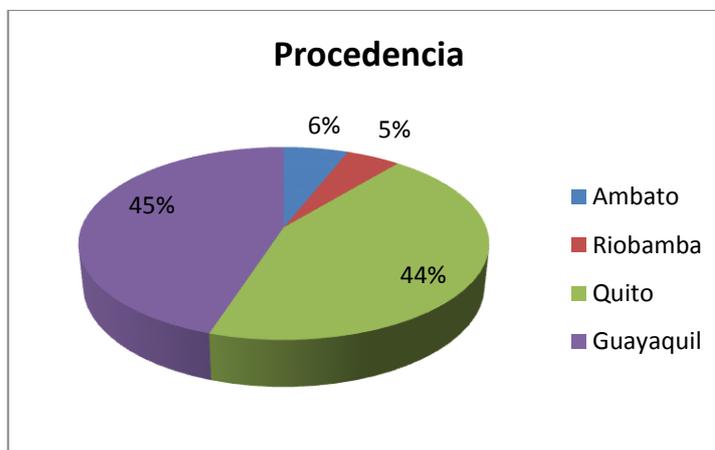
De entre todos los encuestados el 45 % son de Guayaquil en su gran mayoría, por el mismo hecho de su alto índice de crecimiento poblacional, el 44 % son de la ciudad de Quito, el 6 % de la ciudad de Ambato y el 5 % de la ciudad de Riobamba.

**Tabla N: 28** Procedencia de los turistas nacionales

Ciudad	Nº	Porcentaje
Ambato	7	6
Riobamba	6	5
Quito	53	44
Guayaquil	54	45
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 17** Procedencia de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 3) Género de los turistas nacionales

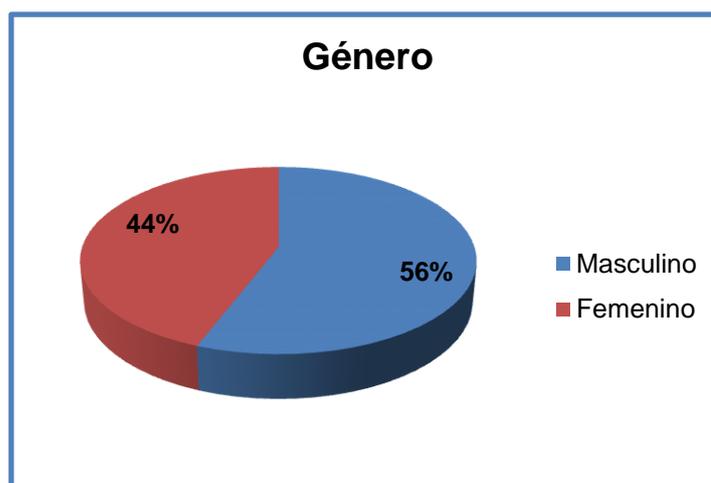
El 55.8 % de los encuestados fueron hombres, mientras que el 44.2 % fueron mujeres.

**Tabla N: 29** Género de los turistas nacionales

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	67	55,8
Femenino	53	44,2
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 18** Género de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

#### 4) Estado civil de los turistas nacionales

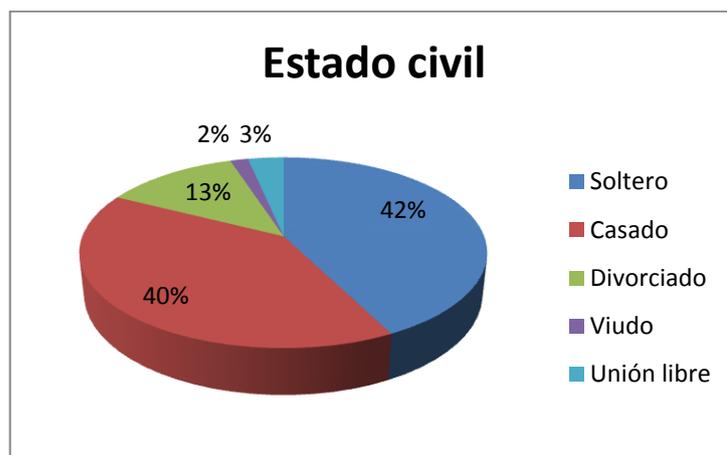
El 42.5 % de la población encuestada son de estado civil soltero, están casados el 40%, el 12.5 % son divorciados y el 3 % se encuentran en unión libre.

**Tabla N: 30** Estado civil de los turistas nacionales

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	51	42,5
Casado	48	40,0
Divorciado	15	12,5
Viudo	2	1,7
Unión libre	4	3,3
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 19** Estado civil de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 5) Nivel de educación de los turistas nacionales

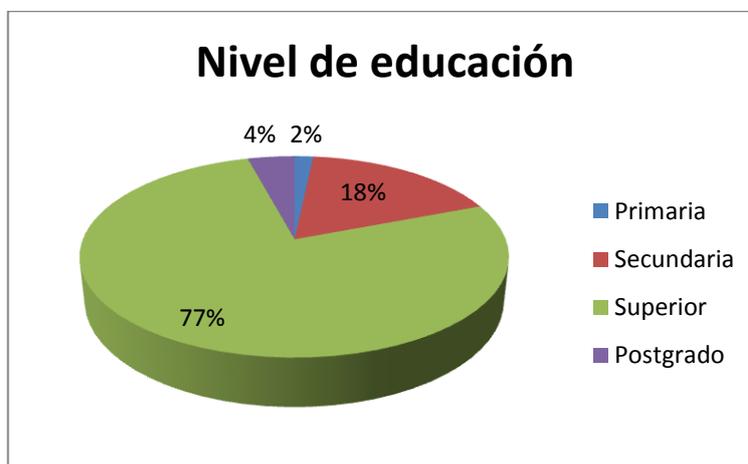
El nivel de educación en las ciudades de Guayaquil, Quito, Ambato y Riobamba arroja que el 76.7 % tienen un grado de preparación superior, el 17.5 % cursaron la secundaria, el 4,2% tienen estudios de postgrado y apenas el 1.7 % cursaron únicamente la primaria.

**Tabla N: 31** Nivel de educación de los turistas nacionales

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	2	1,7
Secundaria	21	17,5
Superior	92	76,6
Postgrado	5	4,2
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 20** Nivel de educación de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## 6) Situación Laboral de los turistas nacionales

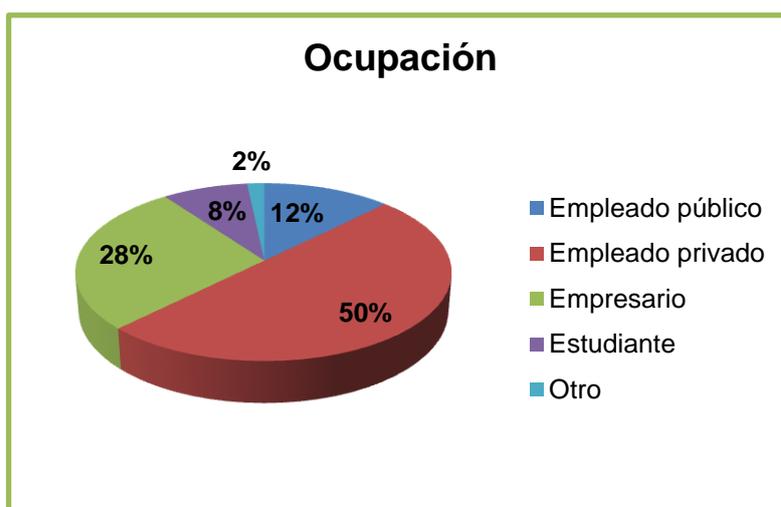
En cuanto a la situación laboral la mayoría de los encuestados son empleados privados, es decir el 50 % trabajan en empresas privadas, mientras que el 27.5 % son empresarios, el 12.5 % son empleados públicos, el 8.3 % son estudiantes y apenas el 1.7 % tienen otro tipo de ocupación.

**Tabla N: 32** Situación Laboral de los turistas nacionales

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Empleado público	15	12,5
Empleado privado	60	50
Empresario	33	27,5
Estudiante	10	8,3
Otro	2	1,7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 21** Situación Laboral de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 7) Nivel de ingresos mensuales de los turistas nacionales

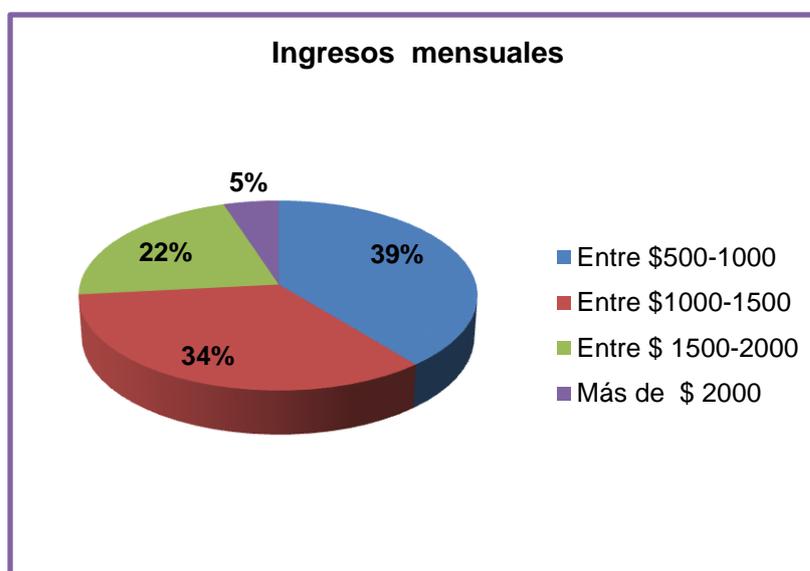
Mensualmente los ingresos que perciben la mayoría de los turistas nacionales (39.2 %) son de \$ 500 a 1000 dólares, el 34.2 % perciben sueldos de entre \$1000-1500.

**Tabla N: 33** Ingresos mensuales turistas nacionales

Ingresos mensuales	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$500-1000	47	39,2
Entre \$1000-1500	41	34,2
Entre \$ 1500-2000	26	21,7
Más de \$ 2000	6	5
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 22** Ingresos mensuales turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## 8) Frecuencia de visita de los destinos turísticos turistas nacionales

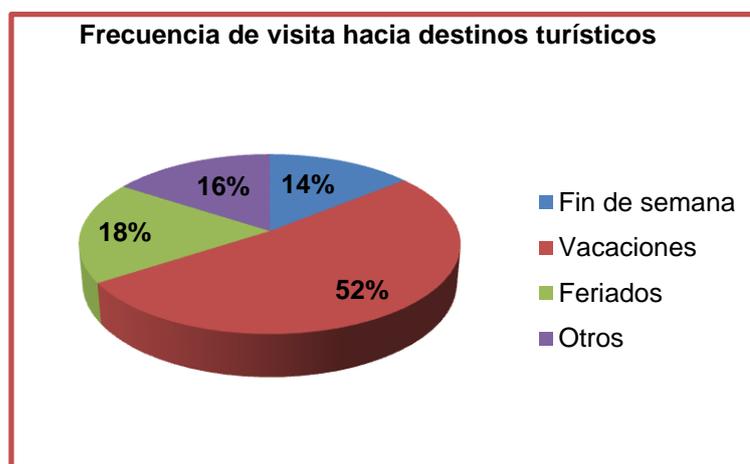
La mayoría de encuestados suelen visitar destinos turísticos en época de vacaciones con el 51.7 %, el 18.3 % viajan en épocas de feriados, el 15.8 % viajan por otros motivos y el 14.2 % salen a destinos turísticos los fines de semana.

**Tabla N: 34** Frecuencia de visita a destinos turísticos

Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje
Fin de semana	17	14,2
Vacaciones	62	51,7
Feridos	22	18,3
Otros	19	15,8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 23** Frecuencia de visita a destinos turísticos



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 9) Motivo de viaje de los turistas nacionales

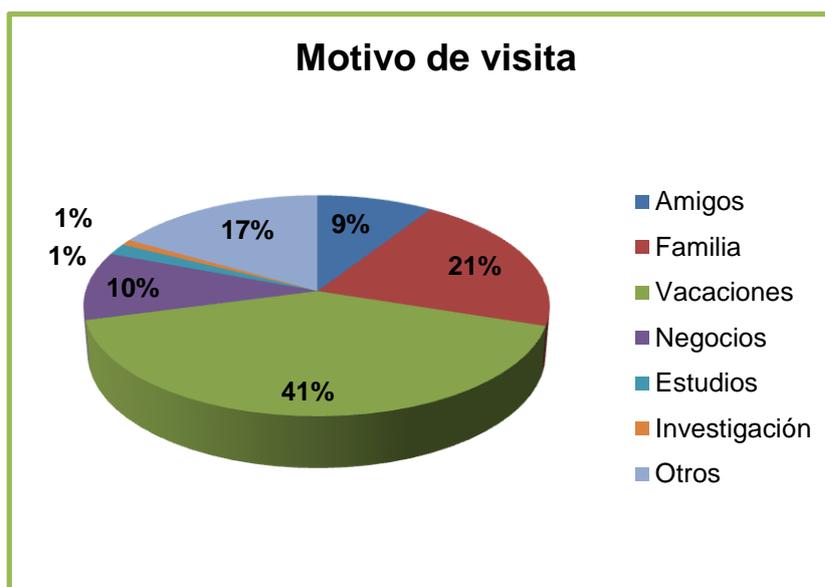
La mayoría de encuestados suelen visitar destinos turísticos en vacaciones, es decir el 40.8% representa en mayor porcentaje, seguido por el 20.8 % que suelen visitar destinos turísticos por la familia.

**Tabla N: 35** Motivo de visita de los turistas nacionales

Motivo de visita	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	11	9,2
Familia	25	20,8
Vacaciones	49	40,8
Negocios	12	10
Estudios	2	1,7
Investigación	1	0,8
Otros	20	16,7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 24** Motivo de visita de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 10) Aceptación e interés por el Complejo Vacacional de los turistas nacionales

De las 120 encuestas que se aplicó a turistas nacionales, el 98,3 % está interesado y le gustaría contar con un Complejo Vacacional para la satisfacción de sus necesidades de descanso y recreación, mientras que apenas el 1,7 % no tiene interés.

**Tabla N: 36** Interés Complejo Vacacional

Variable	Nº	Porcentaje
Si	118	98,3
No	2	1,7
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 25** Interés Complejo Vacacional



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 11) Preferencia de servicios en el Complejo Vacacional de los turistas nacionales

Los servicios que prefieren los turistas nacionales son restaurante y bar en un 31.7 %, área deportiva 22.5 %, piscina el 20.8%, hospedaje en un 10%, zona de camping 3,3 %, spa el 4,2 %, parqueadero y seguridad en un 6,7% y sala de eventos 0.8%

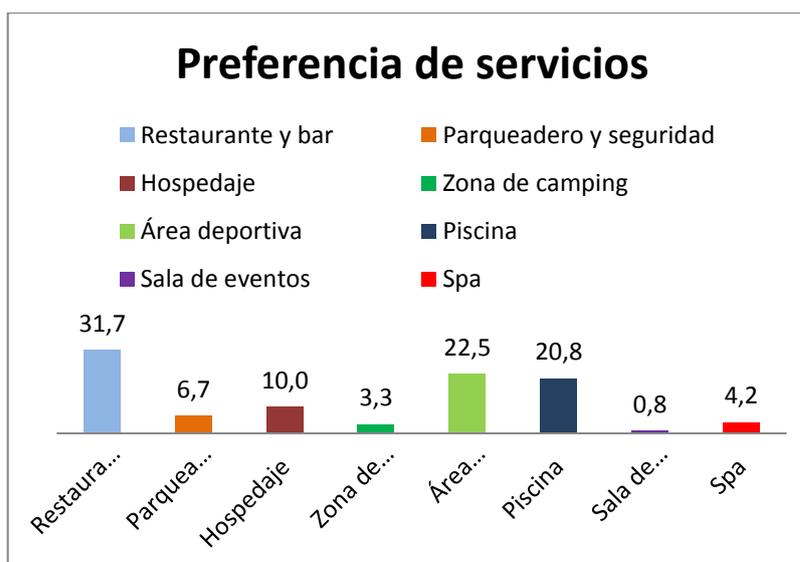
**Tabla N: 37** Preferencia de servicios de los turistas nacionales

Variable	Nº	Porcentaje
Restaurante y bar	38	31,7
Parqueadero y seguridad	8	6,7
Hospedaje	12	10,0
Zona de camping	4	3,3
Área deportiva	27	22,5
Piscina	25	20,8
Sala de eventos	1	0,8
Spa	5	4,2
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 26** Preferencia de servicios de los turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

## 12) Gasto por día / persona por los servicios prestados en el Centro Vacacional de los turistas nacionales

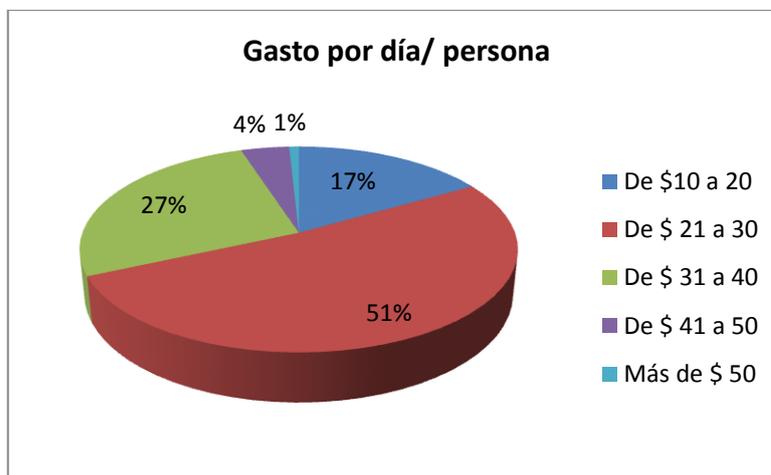
Por los diferentes servicios que prestaría el Centro Vacacional los turistas nacionales están dispuestos a gastar de \$ 21 a 30 dólares, el 51,7 % a la vez el 26,7 % manifiestan gastar por día de \$ 31 a 40.

**Tabla N: 38** Gasto por día / persona turistas nacionales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$10 a 20	20	16,7
De \$ 21 a 30	62	51,7
De \$ 31 a 40	32	26,7
De \$ 41 a 50	5	4,2
Más de \$ 50	1	0,8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 27** Gasto por día / persona turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 13) Acompañantes en la visita de lugares turísticos de los turistas nacionales

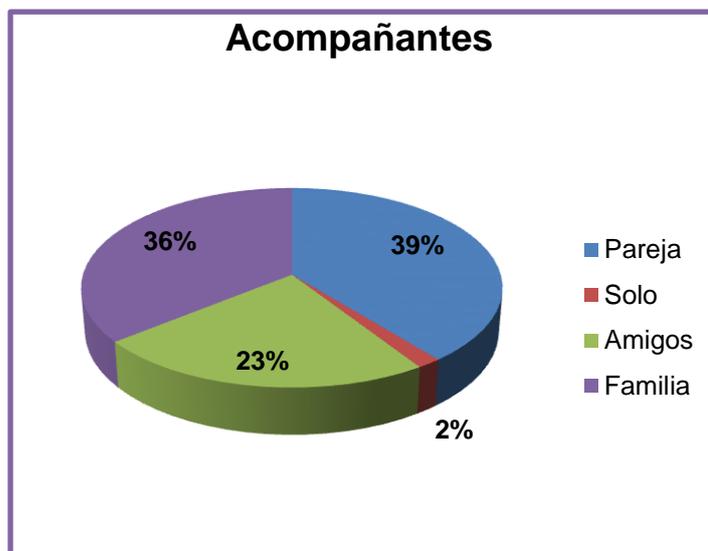
El 39.2% prefieren realizar actividades turísticas en pareja mientras que el 35.8% opta viajar en familia, el 23.3% desea realizar turismo con amigos y apenas el 1.7% indica realizar turismo sin compañía es decir prefiere realizar solo.

**Tabla N: 39** Acompañantes turistas nacionales

Acompañantes	Frecuencia	Porcentaje
Pareja	47	39,2
Solo	2	1,7
Amigos	28	23,3
Familia	43	35,8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 28** Acompañantes turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

#### 14) Estadía en el Complejo Vacacional de los turistas nacionales

Para la realización de las diferentes actividades turísticas la permanencia en el centro vacacional es de 2 a 3 días, cuyo porcentaje es el más alto con el 80%, luego el 15.8% prefiere permanecer en el cantón de 4 o más días y apenas el 4.2% opta solo por un día.

**Tabla N: 40** Estadía turistas nacionales

Estadía	Frecuencia	Porcentaje
1 día	5	4,2
2-3 días	96	80
4 o más días	19	15,8
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 29** Estadía turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

### 15) Medio informativo para los turistas nacionales

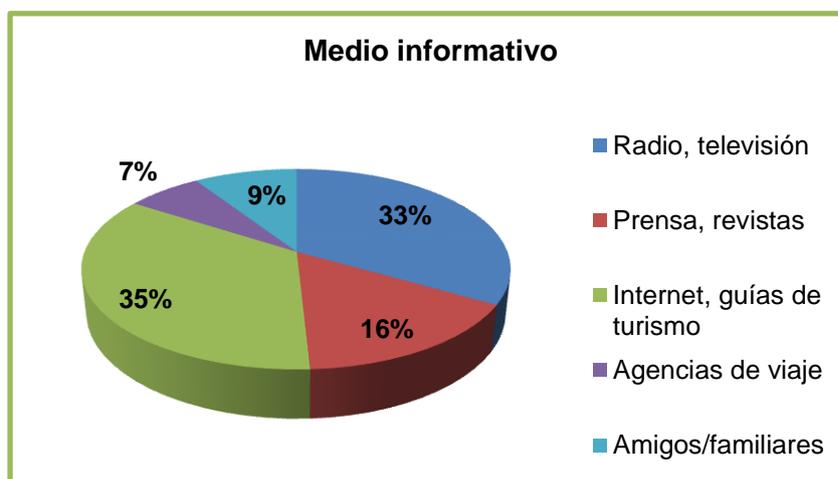
El 35% de los turistas nacionales desean informarse por internet, guías de turismo, el 33.3% por radio/televisión, 15.8% por la prensa/revistas, 9.2% por amigos/familiares, el 6.7% por agencias de viaje.

**Tabla N: 41** Medio informativo turistas nacionales

Medio informativo	Frecuencia	Porcentaje
Radio, televisión	40	33,3
Prensa, revistas	19	15,8
Internet, guías de turismo	42	35
Agencias de viaje	8	6,7
Amigos/familiares	11	9,2
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Gráfico N: 30** Medio informativo turistas nacionales



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### **c. Perfil de turista**

#### **1) Turista extranjero**

Los turistas extranjeros que visitan el cantón Baños perteneciente a la provincia de Tungurahua, están en un rango de edad entre 19 y 29 años, lo que significa que son turistas jóvenes, en cuanto al género existe mayor afluencia de mujeres, provienen principalmente de Alemania 26.7% , la mayor parte son solteros en un 64,2%, tienen un nivel de educación superior el 83,3%, son empleados privados el 31,7%, perciben ingresos mensuales superiores a \$2500, visitan los destinos turísticos por motivo de vacaciones el 70,8%, están interesados y les gustaría que se implemente un centro vacacional el 96,7%, les gustaría que el complejo cuente con servicios de alimentación, área deportiva, piscinas y spa y hospedaje principalmente, estarían dispuestos a pagar de 21 a 30 dólares el 49%, visitarían el complejo principalmente con amigos en un 50%, permanecerían en este lugar de 2 a 3 días, y se informan por medio de internet y guías de turismo principalmente el 84%.

#### **2) Turista nacional**

Los turistas nacionales que visitan el cantón Baños perteneciente a la provincia de Tungurahua, están en un rango de edad entre 19 y 29 años el 48%, lo que significa que son turistas jóvenes, en cuanto al género existe mayor afluencia de hombres, provienen principalmente de Quito y Guayaquil, la mayor parte son solteros en un 42,5%, tienen un nivel de educación superior el 76.7%, son empleados privados el 50%, perciben ingresos mensuales entre \$500 y \$1000 dólares el 39%, visitan los destinos turísticos por motivo de vacaciones el 40.8%, están interesados y les gustaría que se implemente un centro vacacional el 98.3%, les gustaría que el complejo cuente con servicios de alimentación, área deportiva, piscinas y spa y hospedaje principalmente, estarían dispuestos a pagar de 21 a 30 dólares el 51.7%, visitarían el complejo principalmente con pareja y familia, permanecerían en este lugar de 2 a 3 días el 80%, y se informan por medio de radio, televisión e internet.

### **d. Proyección de la demanda potencial**

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de encuestas aplicadas a los turistas extranjeros el 96,7% está interesado y le gustaría contar con un complejo

vacacional con servicios de recreación y descanso, es decir un universo de 283.773 visitantes, por su parte los turistas nacionales manifiestan una aceptación del 98,3% equivalente a 1726662 turistas.

Para la proyección se utilizó la fórmula del incremento compuesto donde el índice de crecimiento turístico en el año 2012 según datos del Ministerio de Turismo es del 8%, en base a estos datos se proyectó la demanda futura para los próximos 10 años para turistas extranjeros, mientras que para turistas nacionales que consideró la tasa de crecimiento población según el INEC 2011 en 1,4%. Obteniendo los siguientes resultados:

### Fórmula

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

**Co:** Años a proyectar (2013-2022)

**Cn:** Demanda actual (T. extranjero 283.773; T. nacional 1726662)

**i:** Incremento anual de turismo (8% año 2012)

**n:** 1-10 año a proyectarse

**Tabla N: 42** Proyección demanda actual

AÑO	DEMANDA EXTRANJEROS	DEMANDA NACIONAL	DEMANDA FUTURA
1	306475	1750835	2057310
2	330993	1775347	2106340
3	357472	1800202	2157674
4	386070	1825405	2211475
5	416956	1850960	2267916
6	450312	1876874	2327186
7	486337	1903150	2389487
8	525244	1929794	2455038
9	567264	1956811	2524075
10	612645	1984207	2596851

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

### 3. Confrontación Oferta Vs Demanda

Para calcular la demanda insatisfecha se consideró la demanda potencial de turistas nacionales y extranjeros y la actual demanda atendida por la oferta existente en relación al proyecto.

**Tabla N: 43** Cálculo demanda insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2013	2010435	36901	1973534
2014	2057310	39854	2017456
2015	2106340	43042	2063298
2016	2157674	46485	2111189
2017	2211475	50204	2161271
2018	2267916	54220	2213696
2019	2327186	58558	2268628
2020	2389487	63243	2326244
2021	2455038	68302	2386736
2022	2524075	73766	2450309

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

#### a. Proyección de la demanda objetivo

Para la proyección de la demanda objetivo se consideró captar el 1% de la demanda insatisfecha para los próximos 10 años.

**Tabla N: 44** Proyección demanda objetivo

Años	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo 1%
2013	1973534	19.763
2014	2017456	20.204
2015	2063298	20.665
2016	2111189	21.146
2017	2161271	21.650
2018	2213696	22.177
2019	2268628	22.730
2020	2326244	23.309
2021	2386736	23.918
2022	2450309	24.558

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

## B. ESTUDIO TÉCNICO

### 1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

#### a. Localización del proyecto

El complejo Vacacional estará ubicado en el sector Juive -La Pampa, perteneciente al cantón Baños, provincia de Tungurahua, a 4,5Km de la ciudad de Baños por la vía Pondoá. Tendrá una capacidad de 100 personas

#### b. Tamaño de la empresa

**Tabla N: 45** Número de clientes proyectados

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
2013	20204	1684	421	60
2014	20665	1722	431	62
2015	21146	1762	441	63
2016	21650	1804	451	64
2017	22177	1848	462	66
2018	22730	1894	474	68
2019	23309	1942	486	69
2020	23918	1993	498	71
2021	24558	2046	512	73
2022	25231	2103	526	75

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Tabla N: 46** Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Años	Demanda objetivo	Restaurante 34%	Hospedaje 18%	Recreación y Piscinas 46%	Sala de eventos 1%
2013	20204	6869	3839	9294	202
2014	20665	7026	3926	9506	207
2015	21146	7190	4018	9727	211
2016	21650	7361	4113	9959	216
2017	22177	7540	4214	10201	222
2018	22730	7728	4319	10456	227
2019	23309	7925	4429	10722	233
2020	23918	8132	4544	11002	239
2021	24558	8350	4666	11297	246
2022	25231	8578	4794	11606	252

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### c. Tipología de la construcción

El complejo vacacional tendrá un área 1403, 82 m<sup>2</sup> y está diseñado con un modelo llamativo y tradicional para no alterar las características del entorno y se sugiere que conste de las siguientes áreas: (Anexo 3)

- ✓ Restaurante y bar
- ✓ Cabañas
- ✓ Área deportiva, juegos infantiles
- ✓ Piscina
- ✓ Sala múltiple
- ✓ Parqueadero privado

### d. Distribución de áreas y espacios

#### 1) Área de alimentación

Esta área de restaurante y bar pertenece a la parte operativa del complejo, es aquí donde se brindará el servicio de desayunos, almuerzos y cenas dependiendo la preferencia del visitante en comida tanto nacional como internacional.

**Tabla N: 47** Equipamiento y mobiliario área de alimentación

Detalle	Unidad	Cantidad	C. Unitario	C. Total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
Cocina 6 hornillas	U	1	800	800
Refrigerador Durex	U	1	793	793
Tanque de gas	U	1	50	50
Licuadaora Oster	U	2	80	160
Tostadora	U	1	20	20
Cafetera	U	1	25	25
Juego de ollas	U	1	85	85
Microondas	U	1	120	120
Extractor de jugo	U	1	100	100
Equipo de sonido	U	1	250	250
<b>Muebles y enseres</b>				
Aparador de madera	U	1	80	80
Mesas	U	10	30	300

Sillas	U	40	20	800
<b>Menaje</b>				
Mantelería	U	20	2	40
Juego de cristalería	U	40	20	800
Porta servilletas	U	10	2	20
Recipientes de azúcar	U	10	1,5	15
Juego Vajilla 37 piezas	U	3	50	150
Juego cucharas 100 piezas	U	2	100	200
<b>Total</b>				<b>4808</b>

**Fuente:** Proformas proveedores

**Elaborado:** Edison Lara

## 2) Área de hospedaje

Esta área es para uso exclusivo de los visitantes, cada habitación está debidamente equipada para brindar confort y un descanso placentero al turista. Hay un total de 12 cabañas, 2 simples, 4 dobles, 3 matrimoniales, 2 triples, 1 cuádruples.

**Tabla N: 48** Equipamiento y mobiliario área de hospedaje

Detalle	Unidad	Cantidad	C. Unitario	C. Total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
Televisores LG 21 pulgadas	u	12	350	4200
Teléfono intercomunicador	u	12	18	216
<b>Muebles y enseres</b>				
Camas	u	20	80	1600
Veladores	u	12	30	360
Sillas	u	12	10	120
<b>Menaje</b>				
Colchones	u	20	90	1800
Juego de sábanas	u	40	7	280
Edredones	u	20	30	600
Basureros	u	12	2	24
<b>Total</b>				<b>9200</b>

**Fuente:** Proformas proveedores

**Elaborado:** Edison Lara

### 3) Área de recreación

- ✓ **Piscina.-** Tiene la función de recreación para niños y adultos. Está conformada por 2 piscinas juntas. Cuenta con agua caliente, accionado por calentadores a gas.
- ✓ **Cancha de Vóley:** Tiene la función de brindar recreación mediante la práctica de este deporte. La cancha está localizada en la parte frontal del complejo y es de césped natural.
- ✓ **Cancha de fútbol:** Tiene la función de brindar recreación mediante la práctica de este deporte. Es de césped natural.
- ✓ **Vestidores y Baños:** Esta ubicados junto a la piscina, están conformados por inodoros, lavabos, duchas y vestidores, hay para hombres y mujeres.
- ✓ **Zona para camping:** Es una zona familiar o para disfrutar con amigos, realizando parrilladas, asados levantar campamentos y otros.
- ✓ **Área Infantil:** Es una área para los niños donde podrán disfrutar de juegos infantiles y espacios verdes.
- ✓ **Salón de Recepciones:** Tiene capacidad para 100 personas, está junto a los baños y tocadores de hombres y mujeres, tiene un escenario.

**Tabla N: 49** Equipamiento y mobiliario área de recreación

Detalle	Unidad	Cantidad	C. Unitario	C. Total
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Piscina</b>				
Parasoles para piscina	u	5	5,5	27,5
Perezosas	u	5	12,8	64
<b>Cancha fútbol y área infantil</b>				
Juego de mini arcos	u	1	54	54
Juegos infantiles (columpios, resbaladera y puente)	u	2	290	580
Red para vóley	u	1	35	35
<b>Recepciones</b>				
Sillas	u	100	6,5	650
Mesas	u	10	35	350

<b>Menaje</b>				
<b>Salón de recepciones</b>				
Manteles	U	10	16	160
Cubertería para 6pax	U	17	7	119
Vajilla para 6pax	U	17	25	425
Copas de agua	U	100	0,8	80
Copas de vino x4	U	25	12	300
Jarras de vidrio	U	10	4,5	45
Vasos de vidrio	U	100	0,6	60
<b>Total</b>				<b>2949,5</b>

**Fuente:** Proformas proveedores

**Elaborado:** Edison Lara

#### 4) Área de administración

El área administrativa estará equipada para poder desenvolverse en sus actividades, será la encargada de organizar y dirigir la empresa.

**Tabla N: 50** Equipamiento y mobiliario área administrativa

<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total</b>
<b>Equipo de oficina</b>				
Computador	U	2	750	1500
Impresora	U	1	89	89
Teléfono y fax	U	1	95	95
<b>Muebles y encerres</b>				
Escritorio MDF	U	1	60	60
Silla giratoria	U	1	34,7	34,7
Sillones x 4	U	1	180	180
Archivador	U	1	35	35
<b>Útiles de oficina</b>				
Resma de papel	U	2	3,5	7
Caja de esferos	U	1	3	3
Perforadora	U	1	2,4	2,4
Grapadora	U	1	3,4	3,4
Basurero	U	1	4,99	4,99
Almohadilla y tinta	U	1	5	5
<b>Total</b>				<b>2019,49</b>

**Fuente:** Proformas proveedores

**Elaborado:** Edison Lara

### 5) Área de mantenimiento

El área de mantenimiento estará encargada de la limpieza y mantenimiento del Complejo.

Contará con una bodega con implementos necesarios para su función como artículos de limpieza, herramientas, entre otras.

**Tabla N: 51** Equipamiento y mobiliario área de mantenimiento

Detalle	Unidad	Cantidad	C. Unitario	C. Total
<b>Útiles de limpieza</b>				
Mangueras	u	2	12	24
Trapeadores, mango madera	u	5	1,8	9
Escobas plásticas	u	5	2,5	12,5
Desinfectantes	galón	4	4,68	18,72
Cloro	galón	2	2,24	4,48
Basureros, grande pica	u	6	8,2	49,2
Palas para basura	u	3	3,3	9,9
Cepillos de limpieza	u	5	1,1	5,5
Destapador de cañerías	u	3	2,52	7,56
Fundas de basura	u	10	2,7	27
<b>Total</b>				<b>167,86</b>

**Fuente:** Proformas proveedores

**Elaborado:** Edison Lara

### 6) Área de recepción

Es uno de los lugares más importantes del complejo, es la primera imagen que el huésped recibe y constituye el punto de encuentro entre los clientes y el personal que dará la bienvenida y le brindará la información necesaria para efectuar el ingreso al establecimiento.

**Tabla N: 52** Equipamiento y mobiliario área de recepción

Detalle	Unidad	Cantidad	C. Unitario	C. Total
<b>Muebles y enceres</b>				
Escritorio en L	U	1	180	180
Mueble computador	U	1	100	100
Muebles x 3	U	1	220	220
Silla giratoria	U	1	75	75
Archivador de metal	U	1	120	120

<b>Equipos y herramientas</b>				
Computador	U	1	700	700
Impresora	U	1	100	100
Teléfono	U			0
<b>Materiales de oficina</b>				
Resma de papel	U	1	3,7	3,7
Carpetas	U	20	0,35	7
Fólder	U	15	0,5	7,5
Perforadora	U	1	2,5	2,5
Grapadora	U	1	3	3
Caja Clips	U	1	1,8	1,8
<b>Total</b>				<b>1340,5</b>

**Fuente:** Proformas proveedores

**Elaborado:** Edison Lara

## 7) Área de estacionamiento

Es un espacio destinado para el uso exclusivo de los clientes, en donde se guardarán los vehículos durante la estancia del visitante.

### c. Diseño técnico arquitectónico

Se realizaron planos arquitectónicos, instalaciones eléctricas, sanitarias y de agua potable y fachadas. (Anexos 4 y 5)

## 2. Estudio de Mercadotecnia

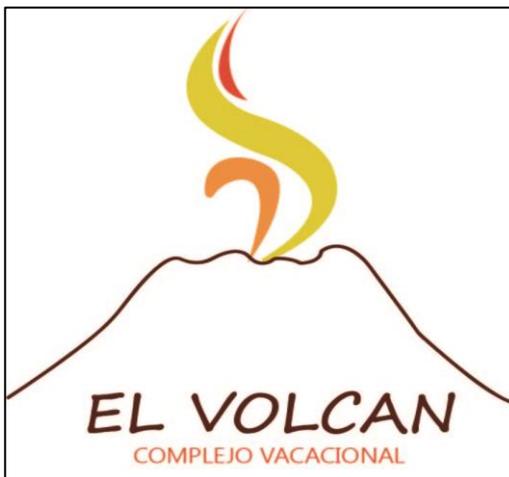
El estudio de mercadotecnia del Complejo Vacacional, se definió en base al análisis del mercado, y considerando al Marketing Mix como eje primordial, se establecieron las siguientes estrategias:

### a. Estrategia de producto

#### ➤ Icónico

Para la creación del símbolo se parte de una abstracción orgánica del volcán Tungurahua, el cual está acompañado de una flamas que representan la continua actividad volcánica que existe en el volcán, se ha tomado como ícono principal la silueta pues es denotativo del lugar pues dicho complejo se encuentra aledaño a este lugar y es uno de los servicios que va a prestar el complejo.

**Figura N: 1** Marca



**Elaborado por:** Diseñador gráfico Silvana Salazar

➤ **Lingüístico**

Luego de un análisis del entorno, cultura y servicio que presta el Complejo Vacacional, se obtiene el nombre “El Volcán” Complejo Vacacional.

Este nombre nace de una visión contrastante del medio, donde cuyo objetivo es brindar un servicio de distracción, cultura y entretenimiento a los turistas que desean pasar un momento de sano esparcimiento en contacto con la naturaleza.

Se ha utilizado una tipografía existente Segoe Print en su versión Regular para el nombre de la marca “**El Volcán**”, y para el texto complementario “Complejo Vacacional” la tipografía Segoe UI en su versión regular.

Se ha escogido este tipo de tipografía porque tiene rasgos naturales en las palabras EL VOLCAN que denotan la naturaleza y el ambiente que ofrece el complejo y en las palabras COMPLEJO VACACIONAL posee rasgos serios lo que permite brindar seguridad, donde su objetivo es brindar un lugar de sano esparcimiento en la naturaleza con seguridad.

### ➤ **Cromático**

Semánticamente se utiliza los colores Café que es denotativo de la tierra, de la naturaleza, el color amarillo y naranja son denotativos de la actividad volcánica del Tungurahua, lo cual nos permitirá mantener una tipología constante para cada una de las piezas publicitarias.

Connotativamente el color café representa la seguridad y el confort que nos brinda el Complejo Vacacional, el color amarillo representa la calidez que brinda el lugar y el color naranja representa la actividad, el dinamismo y la alegría que brinda el complejo en cada uno de sus servicios.

Formando de esta manera una sensación de seguridad, confort, dinamismo, calidez, cultura y turismo que es lo que pretende brindar a cada uno de los turistas.

### **b. Estrategia de precio**

Para el establecimiento de precios por los servicios prestados en el Centro Vacacional se ha considerado el análisis de mercado referente al gasto diario, cuyo rango se encuentra entre \$21 y 30 dólares por persona.

#### ➤ **Descuento por volumen**

Los turistas que visten el centro vacacional en número superior a 25 personas recibirán un descuento en los servicios o una gratuidad dependiendo la preferencia.

#### ➤ **Descuentos por temporada**

Para estimular la visita de turistas en temporada baja se ofertará servicios a un menor precio que el habitual una vez al año.

### **c. Estrategia de plaza**

Para llegar a los consumidores se emplearán canales de distribución directos e indirectos como:

- Diseño de medios publicitarios: página web, guías de turismo, trípticos, etc.
- Alianzas con operadoras de turismo del sector que permita captar un mayor mercado nacional e internacional.
- Acuerdos y compromisos con los entes del turismo en el cantón Baños.
- Convenios con instituciones educativas que puedan realizar aportes en mejora a la calidad en la prestación de servicios del complejo vacacional.

### **d. Estrategia de promoción**

- La promoción será permanente a través del merchandising y brochure. Se considera además una rifa anual de un tour con todos los gastos pagados a turistas fieles y exclusivos.
- Participar en ferias y actividades relacionadas al turismo.
- Crear una base de datos de clientes para mantenerlos informados de nuestros servicios y promociones.

## 7) Plan de publicidad

TIPO PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	POLÍTICA FUNCIONAMIENTO	TARGET	PRESUPUESTO
<b>1. Medios</b> Internet	Diseño de una página web que difunda el complejo Vacacional (Anexo N° 6)	Captar turistas que buscan destinos a través de Internet	Web-site: www.complejoelvolcan.com  e-mail complejoelvolcan@gmail.com	Turistas que buscan destinos a través de Internet.	<b>\$ 1200</b>
Señalética identificativa	Una valla publicitaria con los productos y servicios del Centro Vacacional.	Dar a conocer la existencia y ubicación del Centro vacacional	Ubicación: sector juive, Baños	Turistas nacionales y extranjeros	<b>\$1000</b>
<b>2. Brochure</b> Trípticos	Impresos a full color en papel couche. Se imprimirán 2000 unidades para todo el año a full color en tamaño A4 (Anexo N° 7).	Lograr posicionar los servicios y productos que ofrece el centro vacacional	Distribución en los principales lugares de afluencia turística de la provincia especialmente en las Tour Operadoras de Ambato, Riobamba, Quito y Guayaquil, Baños además embajadas y consulados.	Pobladores, turistas y personas afines a los principales mercados emisores a nivel nacional: Baños, Riobamba, Quito, Guayaquil, Ambato.  Establecimientos educativos de la Región.	<b>\$ 700</b>
<b>Merchandising</b> Llaveros, camisetas, gorras	En la mejor calidad (Anexo N° 8)	Lograr que el cliente sienta que es lo más importante.	Estarán distribuidas en los lugares de mayor afluencia turística que permitirán reforzar la imagen corporativa del complejo vacacional e incentivar la fidelidad del cliente.	Clientes actuales y potenciales.	<b>\$ 450</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 3350</b>

## C. ESTUDIO AMBIENTAL

Para realizar el estudio ambiental se aplicó la matriz de Lázaro Lagos, puesto que constituye una herramienta imprescindible para la valoración del entorno natural y socio cultural en el cual se desarrollará el proyecto y las actividades turísticas; para un manejo racional de los recursos, asegurando la conservación del patrimonio natural y cultural y minimizando los riesgos que genera la presencia de grupos de turistas, con el fin de implementar la sostenibilidad como política de ejecución en el turismo.

### 1. Delimitación del área

La extensión del terreno donde se pretende implementar el complejo vacacional, ubicado en el sector Juive- la Pampa del cantón Baños, provincia de Tungurahua es de 1500 m<sup>2</sup>.

### 2. Determinación de acciones que causan impacto

#### a. Fase de instalación

##### ➤ **Movimiento de tierras**

El movimiento de tierras consiste en una serie de realizaciones, como las excavaciones y los vaciados, en el terreno antes de comenzar la ejecución de una obra. Y sus consecuencias se ven reflejados en la contaminación sonora por el uso de maquinaria pesada, al suelo afecta por la generación de e residuos peligrosos como aceites usados, líquidos hidráulicos, baterías o pilas y modifica el paisaje y cubierta vegetal.

##### ➤ **Montaje de la obra**

Esta fase se refiere a la construcción en sí de la planta turística, que genera algunos impactos que posteriormente serán remediados a través de medidas de mitigación.

## **b. Fase de operación**

### ➤ **Operación turística**

Al realizar actividades turísticas, se producen impactos positivos relacionados a la dinamización de la economía, incremento de ingresos, aumento de turismo en la zona entre otros y negativos sobre el ambiente y sus componentes como la contaminación por desechos en aire, suelo y agua además del paisaje.

### ➤ **Actividades recreacionales**

Esta acción se toma en cuenta ya que el objetivo principal de todo complejo turístico vacacional es la recreación y entretenimiento de turistas que van a generar impactos sociales positivos e impactos ambientales negativos que deben ser remediados a tiempo para no causar un mayor daño.

### ➤ **Eliminación de desechos**

Dentro de la operación de este proyecto se generará desechos orgánicos e inorgánicos, que deberán ser tratados de acuerdo a su naturaleza y minimizando el impacto causado.

### ➤ **Fuentes de trabajo**

La población local será beneficiada con la implementación de este complejo por la generación de fuentes de trabajo, incremento en sus ingresos y una mejor calidad de vida.

## **3. Identificación de factores ambientales y sociales susceptibles a recibir impacto**

Los elementos que pueden verse afectados en la ejecución del proyecto serán detallados a continuación:

**a. Aire**

El aire, dentro de la ejecución de las actividades turísticas es un factor susceptible a sufrir varias alteraciones o impactos que se generan por el desarrollo de dichas actividades, tanto en la fase de instalación por las emisiones generadas por las maquinarias que se utilizaran para ejecutar el proyecto como en la de operación ya que la gente que concurre a sitios de esparcimiento lo suele realizar en automotores los mismos que contaminan el ambiente. Pero cuantificando este impacto se lo puede considerar de baja significancia.

**b. Suelo**

El suelo de la misma manera sufre varias alteraciones en el desarrollo de estas actividades, como la compactación, la erosión, la contaminación por desechos sólidos, el movimiento de tierras etc.

**c. Agua**

Dentro de este factor es necesario tomar en cuenta que en la ejecución del proyecto consta la implementación de piscinas en el complejo vacacional como una actividad de recreación para los turistas, por lo tanto se debe cuidar el uso del recurso agua.

**d. Flora y Fauna**

Principalmente la flora se verá afectada ya que se necesita remover la cobertura vegetal en la etapa de construcción, y en la operación de la empresa, se debe tomar medidas preventivas para evitar la compactación de la tierra. Algunas especies de animales se verán afectadas por la modificación de sus hábitats, como consecuencia del empleo de maquinaria y tránsito de vehículos.

**a. Socio económico**

El presente proyecto mejorará la calidad de vida de las personas puesto que se generarán nuevos empleos e incremento de recursos económicos.

La finalidad de la creación de este complejo turístico es fomentar en los visitantes un espíritu deportivo, para que la gente en su tiempo libre pueda acceder a esta opción y pueda disfrutar de este sitio de esparcimiento a través de la práctica de deportes y cuidando la naturaleza, sin olvidar el intercambio cultural al momento de la interacción de las personas que visiten el complejo.

**b. Paisaje**

El paisaje se modificará debido a la intervención del hombre en los trabajos de construcción y operación, como la generación de basura y la contaminación sonora, esto se podrá remediar con medidas de compensación.

#### 4. Matriz de evaluación de impactos ambientales

Tabla N: 53 Matriz de Lázaro Lagos para evaluación de impactos ambientales

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES						IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Nivelación de tierras	2. Construcción de la obra	3. Operación turística	4. Actividades recreacionales dentro del complejo	5. Eliminación de desechos	6. Creación de fuentes de trabajo		1 Naturaleza	2 Magnitud	3 Importancia	4 Certeza	5 Tipo	6 Reversibilidad	7 Duración	8 Tiempo en aparecer	9 Considerado en el proyecto	10 Ponderación
A. AIRE	x	x			x		Emisión de gases contaminantes	(-)	1	0	D	Sc	2	1	C	N	2
B. SUELO	x	x	x		x		Modificación del hábitat	(-)	1	1	C	Pr	1	1	C	N	3
C. AGUA			x	x			Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	(-)	1	1	C	Ac	2	2	C	N	6
D. FLORA Y FAUNA	x						Pérdida de flora	(-)	1	1	C	Pr	1	2	C	S	4
		x		x			Perturbación por ruido	(-)	1	1	D	Sc	1	1	C	N	2
			x				Conservación especies nativas	(+)	1	3	C	Pr	2	2	M	S	6
E. SOCIO - ECONÓMICO			x	x			Fomento de deportes y esparcimiento	(+)	1	2	D	Pr	2	3	M	S	8
		x	x	x		x	Dinamización de la economía	(+)	1	3	D	Pr	2	3	M	S	9
		x	x	x			Desconcentración de turistas en puntos turísticos saturados	(+)	1	1	I	Sc	2	2	M	S	5
		x	x	x		x	Incremento de ingresos	(+)	1	2	D	Pr	2	3	M	S	8
F. PAISAJE		x					Diseño acorde al entorno	(+)	1	2	C	Pr	2	2	C	S	6
	x				x		Alteración del paisaje	(-)	1	1	D	Pr	2	3	C	N	7



**a. Matriz de cuantificación del Complejo Vacacional**

**Tabla N: 54** Matriz de cuantificación impactos ambientales

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES						TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6			
A. AIRE	-2	-2			-2			6	6
B. SUELO	-3	-3	-3		-3			12	12
C. AGUA			-6	-6				12	12
D. FLORA Y FAUNA	-4	-2	+6	-2			6	8	14
E. SOCIO ECONÓMICO		+8;+9;+5;+8	+8;+9;+5;+8	+8;+9;+5;+8		+9;+8	107	-	107
F. PAISAJE	-7	+6			-7		6	14	20
<b>TOTAL (+)</b>	-	36	36	30	-	17	119		
<b>TOTAL (-)</b>	16	7	9	8	12			52	
<b>TOTAL</b>	16	43	45	38	12	17			171

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**b. Análisis e interpretación de la matriz de EIA**

Según el estudio realizado, mediante el análisis y evaluación de cada una de las actividades previstas para la implementación del proyecto, este tendrá un impacto positivo, de lo cual implica que es un proyecto ambientalmente factible.

**c. Medidas de Mitigación, control y prevención ambiental**

Las medidas de manejo ambiental están relacionados con la protección del Ambiente e identificar medidas para evitar daños innecesarios derivados de la falta de cuidado o de planificación deficiente de las operaciones durante el desarrollo del proyecto, y fortalecer impactos positivos generados por el mismo como se muestra a continuación:

**Tabla N: 55** Medidas de mitigación impactos ambientales

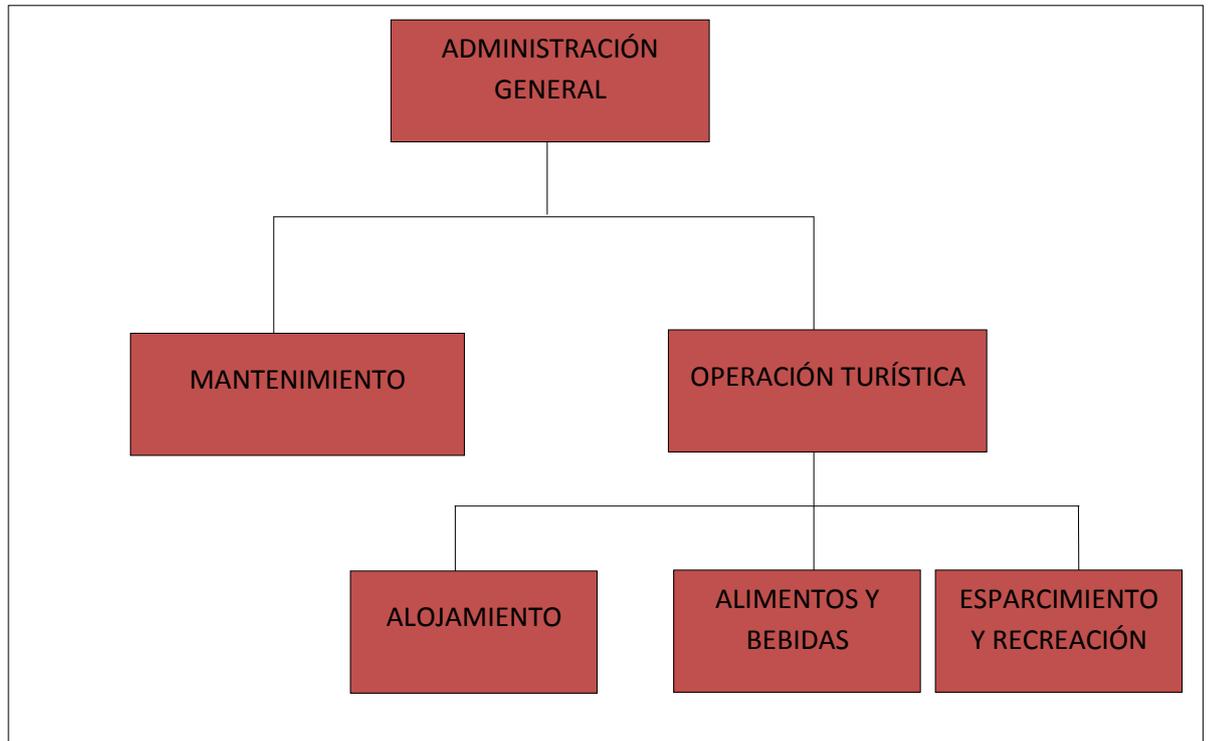
<b>IMPACTOS AMBIENTALES</b>	<b>MEDIDAS DE MITIGACIÓN CONTROL Y PREVENCIÓN AMBIENTAL</b>	<b>CÓMO</b>	<b>CUÁNDO</b>	<b>DÓNDE</b>
Emisión de gases contaminantes	Disminuir la cantidad de gases contaminantes	Humedecer la zona de trabajo y alrededores, utilizar lonas húmedas para el transporte de materiales,	Durante la construcción de la obra y eliminación de desechos	En el Área de construcción
Modificación del hábitat	Reforestación con especies nativas, para incentivar la anidación de aves y otras especies	Seleccionar especies nativas ornamentales, limpieza, poda	Posterior a la construcción de la obra	En las áreas verdes destinadas para la operación
Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Clasificar y reciclar la basura inorgánica,	Elaborar composteras para el procesamiento de basura orgánica.	Durante la operación del proyecto	En el área destinada para la ejecución del proyecto
Pérdida de flora en el área de construcción	Evitar la tala innecesaria de especies.	Conservar las especies que no requieran ser taladas.	Durante la construcción	En el área destinada para la construcción
Perturbación por ruido	Contrarrestar el ruido	Establecer un adecuado mantenimiento de los silenciadores de los equipos, maquinaria y los vehículos.	Durante la implementación de la infraestructura y al finalizar la construcción	Cada plataforma destinada para la construcción

Fomento de deportes y esparcimiento	Incentivar a realizar actividades físicas e intelectuales de recreación.	Realización de eventos y espectáculos especiales para turistas	Durante la operación del proyecto	En el área de recreación
Dinamización de la economía	Gestionar con instituciones destinadas a capacitar a la población local en temas relacionados al emprendimiento turístico.	Buscando aliados estratégicos mediante convenios.	Al finalizar la construcción	Área destinada para la ejecución del proyecto.
Desconcentración de turistas en puntos turísticos saturados	Fomento de actividad turística en nuevos sectores del cantón como alternativa de visita.	Evitando sobrepasar el límite de capacidad de carga de una zona.	Al finalizar la construcción	Área destinada para la ejecución del proyecto.
Incremento de ingresos	Contratar a la población local para que tengan fuentes extra de ingresos.	Orientando a la formación de micro emprendimientos	Durante la ejecución del proyecto	Área destinada para la ejecución del proyecto.
Diseño acorde al entorno	Realizar una planificación previa	Utilización de materiales y diseños que conjuguen con el paisaje natural.	Durante la construcción de la infraestructura del proyecto	Área destinada para la ejecución del proyecto.
Alteración del paisaje	Mantener las características del paisaje	Cubrir con material orgánico las superficies del depósito en el talud y las zonas planas.	Durante la construcción de la infraestructura del proyecto	En cada plataforma destinada para la construcción

## D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

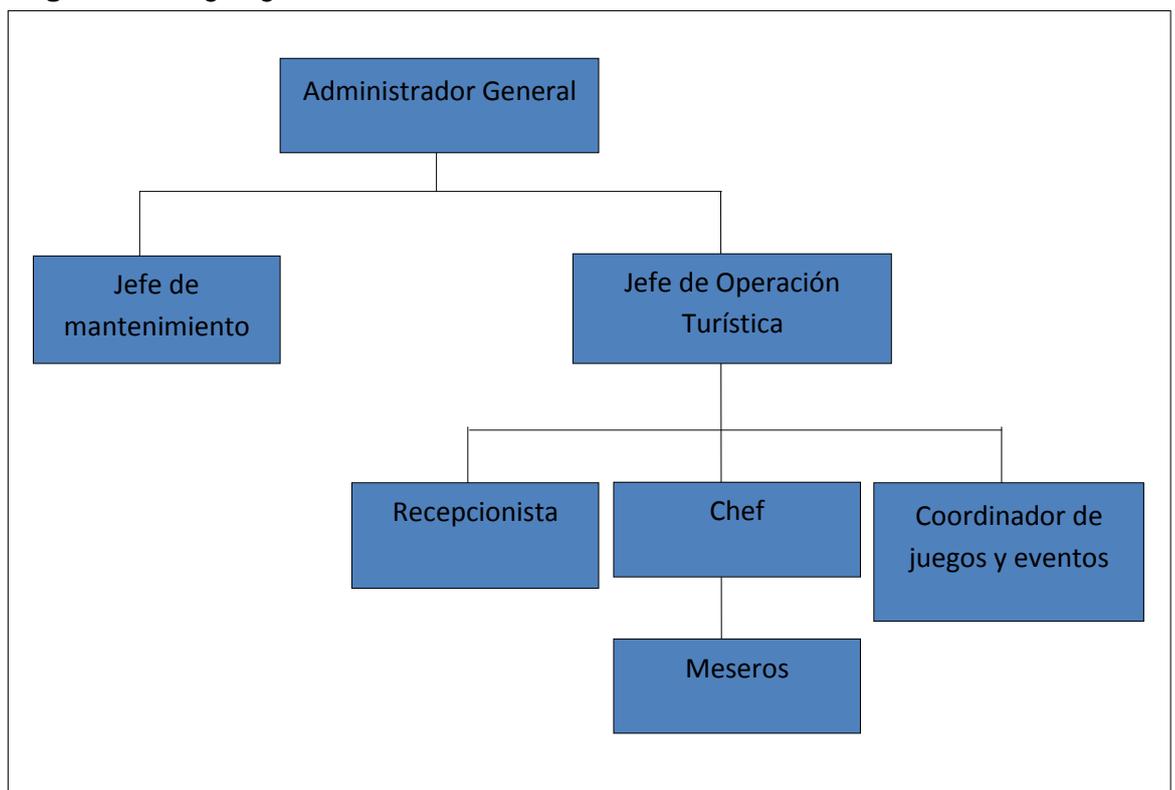
### 1. Estructura organizativa de la empresa

Figura N: 2 Organigrama organizacional



Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

Figura N 3 Organigrama funcional



**b. Personal requerido para el Complejo Vacacional**

**Tabla N: 56** Personal para el Complejo Vacacional

Área	N°	Puesto	Remuneración
Administrativa	1	Administrador General	\$500
Operativa	1	Jefe de operación y mantenimiento	\$318
	1	Coordinador de juegos y eventos	\$318
	1	Recepcionista	\$318
	1	Chef	\$318
	1	Mesero	\$318
<b>Total</b>	<b>6</b>		

Fuente: Escala Salarial- Ministerio de Relaciones Laborales  
 Elaborado: Edison Lara

## 2. Manual de funciones

<b>CENTRO VACACIONAL EL VOLCÁN</b>
<b>Nº 1. Título del puesto: ADMINISTRADOR GENERAL</b>
<p><b>Funciones genéricas:</b></p> <p>Planear, organizar, dirigir y controlar los programas, estrategias y acciones a desarrollar para el óptimo aprovechamiento de los recursos con que cuenta para el funcionamiento de las áreas que integran el complejo vacacional</p> <p><b>Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar óptimamente los recursos humanos, materiales y financieros del centro vacacional.</li> <li>• Proponer medidas técnico administrativas para el mejor funcionamiento de los recursos existentes.</li> <li>• Controlar el manejo del fondo de operación conforme a los lineamientos establecidos.</li> <li>• Determinar y establecer en coordinación con los jefes de las diversas áreas que integran el centro vacacional los programas necesarios para el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y financieros, así como el mantenimiento y conservación del centro.</li> <li>• Coordinar la recopilación de información para integrar el presupuesto anual de egresos e ingresos del centro vacacional.</li> <li>• Promover por medio de acciones directas la comercialización del centro.</li> <li>• Elaborar y proponer programas de remodelación y ampliación del centro vacacional.</li> <li>• Llevar a cabo visitas periódicas a las instalaciones que integran el centro, para detectar fallas y notificarlas al jefe inmediato del área para su reparación.</li> <li>• Planificar y ejecutar actividades y estrategias de marketing, publicidad y ventas, para el óptimo aprovechamiento de los recursos con los que cuenta la empresa para alcanzar un posicionamiento en el mercado turístico.</li> <li>• Coordinar y llevar a cabo los planes y estrategias necesarias para obtener el óptimo aprovechamiento de los recursos económicos y materiales utilizados para el mantenimiento, conservación y otorgamiento de servicios del centro vacacional.</li> </ul> <p><b>Perfil:</b></p> <p>Habilidades</p>

- Comunicación verbal clara, articulada y expresiva
- Planificación de corto, mediano y largo plazo.
- Toma de decisiones en situaciones críticas con clientes.
- Raciocinio lógico, numérico y verbal.
- Análisis del comportamiento humano e interpretación del lenguaje corporal, en particular, gestual.

**Actitudes**

- Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- Previsor: Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- Perseverante: Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.
- Orientado al cambio: Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.

**Conocimientos**

- Gerencia de empresas turísticas
- Administración especializada en servicios turísticos
- Procesos y procedimientos básicos de contabilidad.
- Informática y sistemas de calidad de servicios
- Tics para la comercialización de productos y servicios turísticos
- Elaboración de proyectos

**Dependencia:**

El administrador es la máxima autoridad, sin dejar de mencionar que las decisiones deben tomarse en coordinación con los responsables de cada área o departamento.

**Subrogación:**

Responsable del área de Mercadeo y Ventas

**CENTRO VACACIONAL EL VOLCÁN**

**Nº 2 Título del puesto: JEFE DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO**

**Funciones genéricas:**

Establecer, coordinar, verificar y controlar las acciones necesarias para el óptimo desarrollo de la operación y mantenimiento del centro vacacional.

Funciones específicas:

- Diseñar y establecer los programas de mantenimiento preventivo y correctivos necesarios para el funcionamiento del área.
- Autorizar las solicitudes de materiales necesarios, para efectuar el mantenimiento de las unidades que integran el centro vacacional.
- Coordinar la elaboración del programa anual de trabajo para presentarlo a la administración general.
- Diseñar y establecer un programa de seguridad en las áreas públicas. Concentrar, analizar e informar los resultados de los reportes de actividades de las áreas a su cargo, para tomar medidas correctivas.
- Elaborar en coordinación con el área correspondiente el presupuesto de gastos de las áreas a su cargo.
- Solicitar la autorización para la compra directa de materiales.
- Seleccionar, relacionar y proponer a los proveedores idóneos para el abastecimiento de los materiales cuya compra requiera ser directa.
- Asignar días de descanso y rol de vacaciones, de acuerdo a las necesidades del centro.
- Realizar recorridos periódicos por todas las instalaciones del centro para detectar posibles fallas y tomar medidas correctivas.
- Revisar que los programas establecidos se lleven a cabo en los plazos determinados.
- Autorizar las requisiciones de materiales que se envían al almacén.
- Realizar y proponer estudios de remodelación y mejoramiento a todas las áreas que integran el centro recreativo.
- Mantener el complejo vacacional en óptimas condiciones para su funcionamiento y satisfacción del huésped.
- Evitar quejas de los huéspedes y reportes de equipo fuera de funcionamiento, a través de la implantación de sistemas y programas de mantenimiento.

**Perfil:**

Habilidades

- Planificación de corto y largo plazo
- Toma de decisiones

- Raciocinio numérico y aplicado a negocios
- Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada de forma oral y escrita.
- Interpretación del lenguaje corporal

#### **Actitudes**

- Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- Previsor: Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- Perseverante: Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.
- Orientado al cambio: Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.

#### **Conocimientos**

- Procesos y procedimientos administrativos y contables
- Técnicas de definición de precios de productos y servicios
- Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo
- Proceso de mejora continua
- Técnicas de negociación y administración de contactos
- Vocabulario técnico del segmento turístico
- Técnicas de liderazgo y jefatura
- Estructura y funcionamiento de los establecimientos de distracción y recreación
- Métodos de evaluación de desempeño de personal

**Dependencia:** Administrador general

**Subrogación:** Auxiliar de mantenimiento, esparcimiento y recreación, spa y área deportiva

**CENTRO VACACIONAL EL VOLCÁN****Nº 3 Título del puesto: COORDINADOR DE JUEGOS Y EVENTOS****Funciones genéricas:**

Determinar, organizar, elaborar y establecer programas específicos para el funcionamiento y desarrollo de las actividades de recreación en el centro vacacional, apoyándose en las áreas e instalaciones con que cuenta el centro.

**Funciones específicas:**

- Asignar áreas de trabajo y actividades recreativas a desarrollar a cada uno de los instructores en los días y horas que lo demanden los visitantes del centro.
- Organizar, supervisar y en su caso controlar eventos culturales y recreativos en base a las características de los grupos y personas que en ese momento visitan las instalaciones.
- Programar competencias deportivas de acuerdo al volumen de ocupación del centro y disposición de los visitantes.
- Organizar torneos relámpago de juegos para los visitantes
- Diseñar y llevar a cabo los programas de actividades de recreación para campamentos infantiles.
- Solicitar y reemplazar el material utilizando en el área, para llevar a cabo de la mejor manera las actividades propias del área.
- Organizar y controlar actividades recreativas acuáticas y de circuito con los visitantes del centro en las horas y lugares más apropiados.
- Coordinar eventos culturales y deportivos.
- Atender en el aspecto recreativo, a las excursiones de pensionados y jubilados que así lo requieran.
- Llevar a cabo recorridos por el centro vacacional explicando los sitios de mayor interés del mismo.
- Planificar, organizar, y supervisar las actividades que permitan la óptima ejecución de los servicios ofrecidos para alojamiento y convenciones.
- Atender a los clientes durante su estancia, satisfaciendo sus expectativas, y procurando la mejora de los estándares de calidad ofrecidos en el Centro Vacacional.
- Supervisar, coordinar y controlar la seguridad de todos y cada uno de los clientes, la de sus pertenencias, e instalaciones del Centro Vacacional.
- Organizar, dirigir y supervisar la óptima presentación de las habitaciones y salas de convenciones, evidenciando en todo momento impecable orden, aseo y decoración de

los ambientes.

- Recoger y resguardar en Recepción todo objeto olvidado por los clientes, los cuales deberán encontrarse inventariados.
- Proponer y participar en la capacitación permanente del personal, para obtener un excelente servicio.

**Perfil:**

Habilidades

- Planificación de corto y largo plazo
- Toma de decisiones
- Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada de forma oral y escrita.
- Interpretación del lenguaje corporal

**Actitudes**

- Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan,
- Previsor: Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- Perseverante: Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.
- Orientado al cambio: Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.

**Conocimientos**

- Organización de eventos deportivos, culturales y otros
- Vocabulario técnico del segmento turístico
- Técnicas de liderazgo y jefatura
- Estructura y funcionamiento de los establecimientos de distracción y recreación

**Dependencia:** Jefe de operación y mantenimiento

<b>CENTRO VACACIONAL EL VOLCÁN</b>
<b>Nº 4 Título del puesto: RECEPCIONISTA</b>
<p><b>Funciones genéricas:</b></p> <p>Planificar, organizar, y supervisar las actividades que permitan la óptima ejecución de los servicios ofrecidos para alojamiento y convenciones.</p> <p><b>Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr los 100% de ocupación mediante el correcto control del inventario de habitaciones del hotel, en base a los estándares, políticas y tarifas establecidas</li> <li>• Se encarga de llevar el seguimiento de la ocupación real efectiva del establecimiento día a día tanto de la contratada como la disponible</li> <li>• Recibe y atiende a los clientes.</li> <li>• Depositaria de quejas.</li> <li>• Recepción y control de comunicaciones internas y externas.</li> <li>• Archivar y manejar la documentación existente de la empresa.</li> <li>• Atender e informar al público.</li> <li>• Dar información de los productos turísticos que se ofertan</li> </ul> <p><b>Perfil:</b></p> <p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación verbal y escrita</li> <li>• Interpretación del lenguaje corporal</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Raciocinio lógico verbal</li> </ul> <p><b>Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.</li> <li>• Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.</li> <li>• Orientado al cambio: Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.</li> </ul> <p><b>Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de sistemas informáticos básicos y base de datos</li> <li>• Vocabulario técnico del segmento turístico</li> <li>• Técnicas de liderazgo trabajo en equipo</li> </ul>
<b>Dependencia:</b> Jefe de alojamiento y recepciones

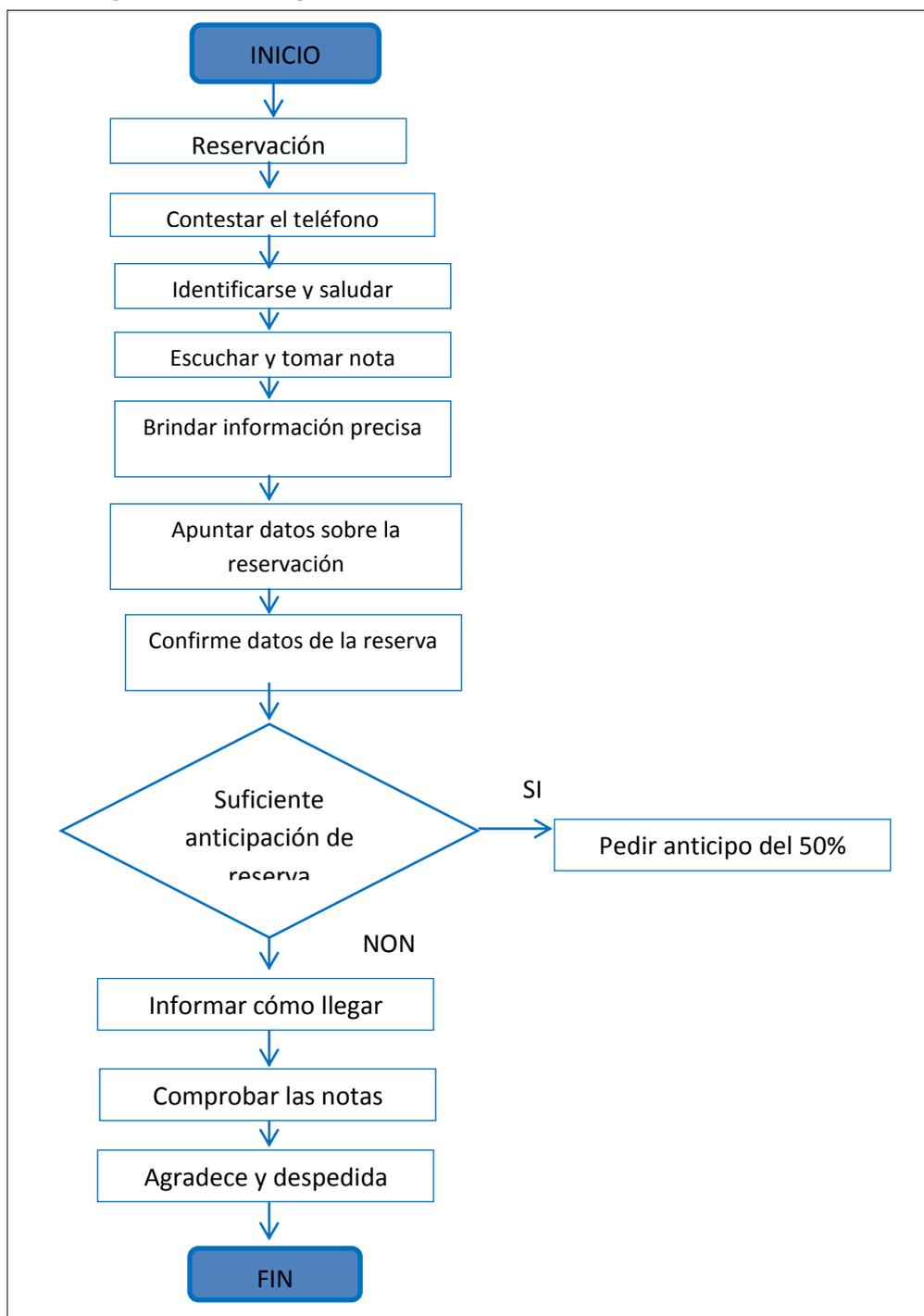
<b>CENTRO VACACIONAL EL VOLCÁN</b>
<b>Nº 5 Título del puesto: CHEF</b>
<p><b>Funciones genéricas:</b></p> <p>Administrar la cocina, cuyas funciones se enfocan al planeamiento, compras supervisión enseñanza, preparación y servicio.</p> <p><b>•Funciones específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación y elaboración de platillos.</li> <li>• Preparación de Alimentos, siguiendo estándares de calidad.</li> <li>• Manejo higiénico de alimentos.</li> <li>• Llevar un control e inventario del menaje, herramientas, materia prima, etc.</li> <li>• Limpiar y ordenar vajillas, u tensillos y demás herramientas de cocina.</li> <li>• Organizar neveras y armarios.</li> <li>• Preparar ensaladas, salsas, jugos.</li> <li>• Mantener limpio el lugar de trabajo.</li> </ul> <p><b>Perfil:</b></p> <p><b>Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación de corto y largo plazo</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Interpretación del lenguaje corporal</li> </ul> <p><b>Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovador: Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.</li> <li>• Optimista: Animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo y bueno de las cosas</li> <li>• Previsor: Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.</li> <li>• Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.</li> <li>• Orientado al cambio: Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.</li> </ul> <p><b>Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación y manipulación de alimentos, cocina nacional e internacional</li> </ul> <p>Estructura y funcionamiento de los establecimientos de distracción y recreación</p>
<b>Dependencia:</b> jefe de alimentos y bebidas

<b>CENTRO VACACIONAL EL VOLCÁN</b>
<b>Nº 6 Título del puesto: MESERO</b>
<p><b>Funciones genéricas:</b></p> <p>Planificar, organizar, ejecutar y supervisar las actividades en Restaurante, Bar, Cocina, y anexos, para garantizar un excelente servicio a los clientes.</p> <p>Funciones específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargarse del montaje de las mesas</li> <li>• Atender a los clientes con cortesía y dar a conocer la carta de los productos que se ofrecen.</li> <li>• Tener conocimiento de todos los platos que se ofrecen</li> <li>• Saber el tiempo de duración en que van a ser entregados los platillos.</li> <li>• Verificar los pedidos antes de llevar a la mesa.</li> <li>• Servir los alimentos</li> <li>• Llevar la cuenta y posterior a ello realizar los cobros.</li> <li>• Atender solicitudes y quejas que presenten los clientes.</li> </ul> <p>Perfil:</p> <p><b>Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena atención al cliente</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Interpretación del lenguaje corporal</li> </ul> <p><b>Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.</li> <li>• Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.</li> <li>• Persuasivo: Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las ideas de otros, negociador</li> </ul> <p><b>Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Montaje de mesas y toma de comandas</li> <li>• Básico manipulación y preparación de alimentos</li> <li>• Estructura y funcionamiento de los establecimientos de distracción y recreación</li> </ul>
<b>Dependencia:</b> Jefe de alimentos y bebidas

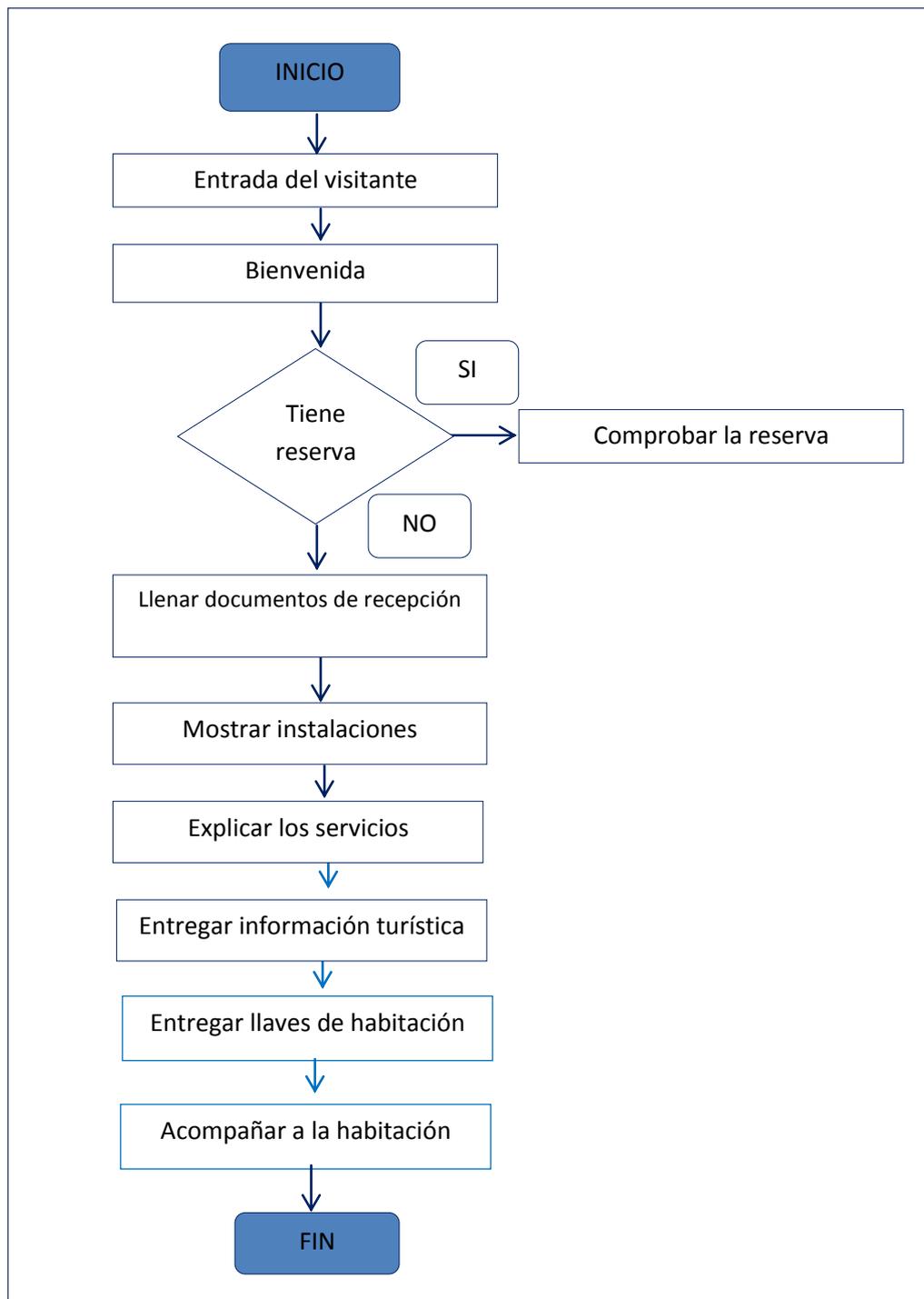
### c. Procedimiento para la prestación de servicios

El procedimiento a seguir para realizar una reserva en el complejo vacacional se muestra en el siguiente flujograma.

**Figura N 4:** Flujograma de prestación del servicio

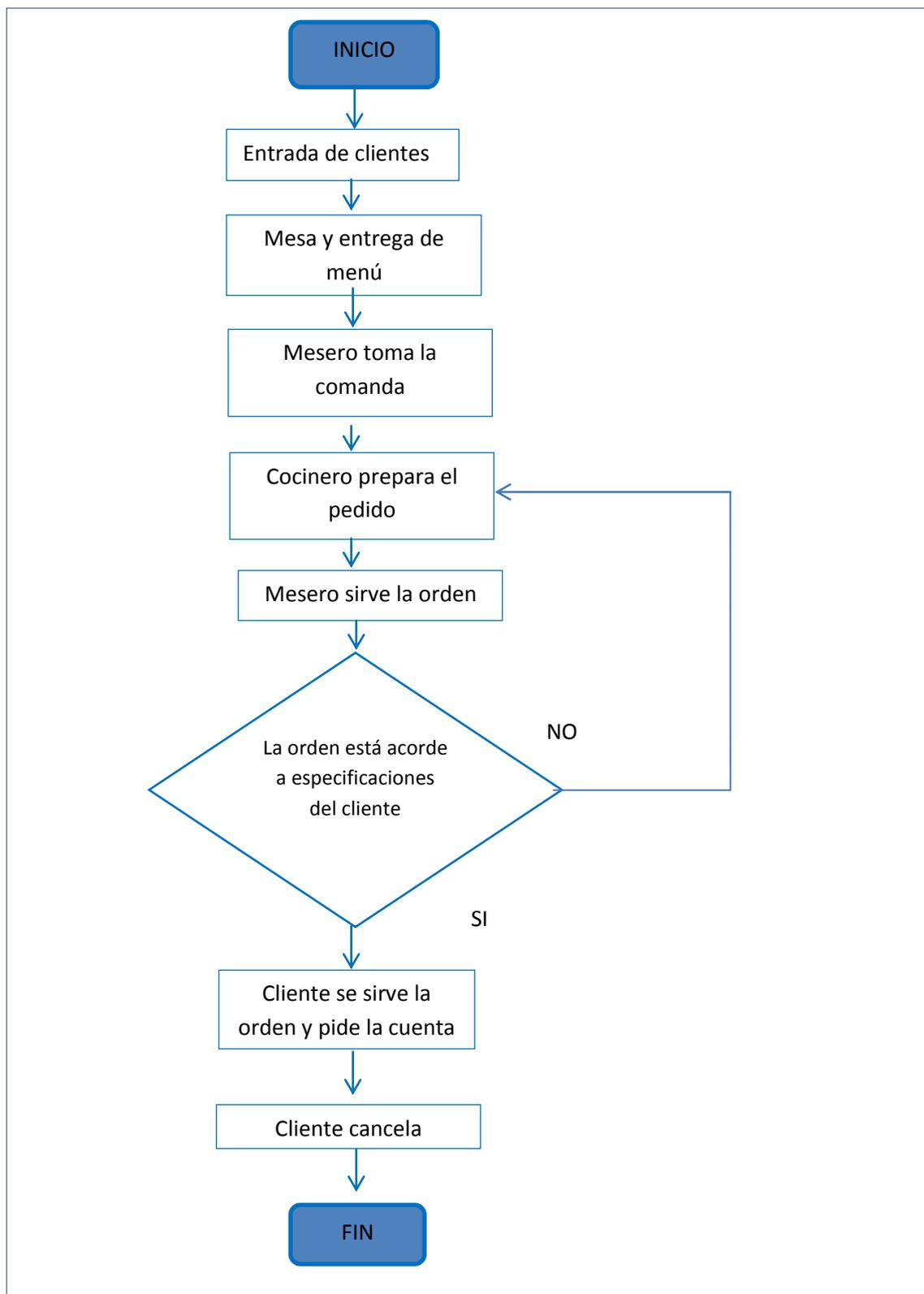


Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

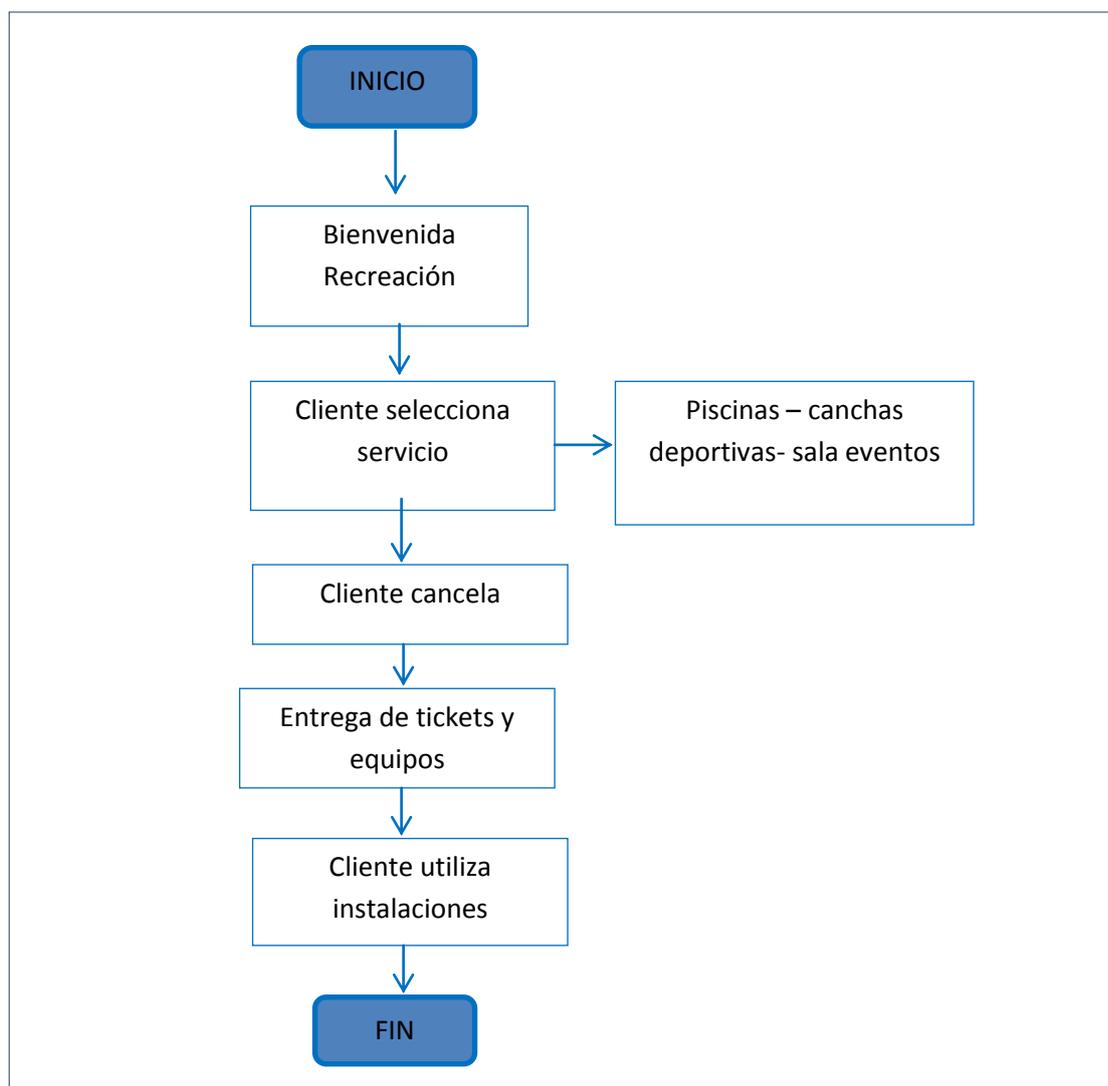
**Figura N 5:** Flujograma para recepción de visitantes

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

**Figura N 6:** Flujograma para el servicio de alimentación

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Figura N 7:** Flujograma para el área de recreación

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 3. Vialidad legal

Para que el centro vacacional el volcán pueda operar legalmente debe registrarse a lo estipulado en la Ley de Turismo y sus reglamentos y debe suscribirse bajo el marco legal que regulará sus actividades durante la constitución e inicio de la operación turística. La base legal considerada es la siguiente:

- Constitución Política de la República del Ecuador, 2008
- Ley de Turismo
- Ley de Gestión Ambiental
- Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización (COOTAD)

#### a. Constitución política de la República del Ecuador

**Art. 66. Numeral 13:** El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

**Art. 66, Numeral 15:** El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

**Art. 66, Numeral 25:** derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

**Art 83, literal 6.** Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

#### b. Ley de Turismo

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del Agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;

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

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento.

### **c. Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo**

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

#### **1) Del registro único de turismo**

**Art. 47.-** Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el Registro de Turismo, que

consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El Registro de Turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y, otros.

**Art. 48.-** Pago por concepto de Registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el siguiente detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

## **2) De la Licencia Única Anual de Funcionamiento**

**Art. 55.-** Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

**Art. 56.-** Derechos por la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la Licencia Única Anual de Funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el Artículo 10 de la Ley de Turismo.

**Art. 60.-** Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por Registro. En los Municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la Ordenanza correspondiente.

### **d. Reglamento General de Actividades Turísticas**

**Art. 31.-** Son complejos vacacionales todos los alojamientos ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje

en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

No se regulan por este reglamento los complejos vacacionales instalados con fines de asistencia social y sin ánimo de lucro, por corporaciones de derecho privado o instituciones del Estado. Éstas últimas estarán obligadas únicamente a comunicar con anticipación su apertura al Ministerio de Turismo, acompañado una memoria descriptiva de sus características, capacidad en plazas, situación, superficie total, instalaciones, servicios y régimen de funcionamiento.

**Art. 32.- Servicios en los complejos vacacionales:** Para que un alojamiento sea considerado complejo vacacional deberá presentar como mínimo los siguientes servicios:

**De hospedaje y complementarios:** servicios de recepción, servicios de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos, servicios de comedor, servicios telefónicos, servicios de lavandería y planchado, servicios de asistencia médica, servicios de “souvenirs” y artículos de uso frecuente así como revistas y periódicos, servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento; y

**Servicios de carácter deportivo:** Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes previo abono del precio que un caso corresponda. En las playas o piscinas existirá el servicio de salvamento.

Las comidas serán servidas dentro del horario señalado en el reglamento al que se refiere el artículo 34 mismo que comprenderá como mínimo un periodo de dos horas para cada una de las comidas principales. Dentro de este horario deberán establecerse dos turnos en los complejos vacacionales de dos y una estrella.

En los complejos vacacionales cualquiera que sea su categoría, podrá utilizarse en el comedor el sistema de autoservicio.

La asistencia médica será prestada en cargo a los clientes que lo soliciten. En todo caso el médico realizará una visita diaria, cuyo horario deberá figurar en la recepción y en el exterior de la enfermería.

El servicio de vigilancia estará encomendado a personal especializado, en número suficiente, personal al que corresponderá custodiar todo el recinto del establecimiento,

especialmente durante la noche, cuidando que no se introduzcan personas extrañas y que los huéspedes cumplan las prescripciones del reglamento al que se refiere el artículo 34.

**Art. 33.- Tarifas en los complejos vacacionales:** Los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y el goce normal de todas las instalaciones y servicios de establecimiento con excepción de las siguientes: campo de golf, pista de tenis, bolos, alquiler de caballos, embarcaciones y demás material de equipo deportivo.

El Ministerio de Turismo autorizará el cobro de un valor adicional para la utilización de los citados servicios o de otros que su criterio no se encuentre incluidos dentro de la tarifa por hospedaje.

La celebración de veladas folklóricas, bailes, concursos o entretenimientos, dentro de los complejos vacacionales, podrá dar lugar al cobro de un valor adicional, siempre y cuando lo autorice al Ministerio de Turismo.

**Art. 34.- Reglamento interno de los complejos vacacionales:** En todos los complejos vacacionales, existirá un reglamento de régimen interno, que deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción, contendrá las disposiciones a los que deberán sujetarse los huéspedes.

En el reglamento se determinará las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones para la utilización de los mismos.

#### **e. Ley de las Compañías**

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán en todo caso las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como

"comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

**Art. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

**Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

**Art. 95.-** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

**Art. 96.-** El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

**Art. 97.-** Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

## **f. Requisitos legales para la constitución**

### **1) Registro único de turismo**

- Solicitud dirigida al ministerio de turismo (director)
- Constitución legal de la empresa
- Representación legal de la entidad
- Acta de Constitución
- Pago de tasa por registro
- RUC para servicios turísticos
- Mapa de ubicación

- Oferta de servicios
- Este pago se realizará una sola vez

## **2) Licencia Única Anual de Funcionamiento de Establecimientos Turísticos**

La legislación vigente es clara en este sentido: la Licencia Única de Funcionamiento, si se cuenta con el Registro de Turismo expedido por el Ministerio de Turismo y la otorga ya sea el ministerio de Turismo en los cantones sin competencia turística, o en las municipalidades con dicha competencias:

Ante el Ministerio, los requisitos para obtener la LUAF son:

- Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- La patente municipal.
- Copia certificada del RUC.
- Certificado Del Ministerio De Salud
- Certificado Del Cuerpo De Bomberos
- Formulario actualizado de la planta turística.
- Lista de precios del establecimiento turístico.
- Copia de La Escritura o Contrato de Arrendamiento del local

## **3) Patente municipal**

- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia de RUC.
- Copia permiso de cuerpo de bomberos
- Copia del título del predio donde se ubica la actividad
- Copia del permiso de funcionamiento de Salud
- Copia de la Licencia Única Anual De Funcionamiento
- Copia del permiso de la Intendencia.

## **4) Constitución como una empresa compañía de responsabilidad limitada**

- Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de

Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

- Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC).
- De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.
- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

## **5) Invención en Ecuador**

- Solicitud en formato IEPI
- Tasa de solicitud
- Memoria descriptiva en español
- Reivindicaciones en español
- Dibujos
- Sesión de derechos
- Copia de prioridad
- Tasa de mantenimiento
- Nombramiento del representante legal

## **6) Inscripción del RUC**

- Formulario RUC 01-A lleno con los datos de la compañía
- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
- Original y copia del nombramiento del representante legal

- Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Planilla anual de pago de servicios
- Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

**g. Obligaciones fiscales**

**Tabla N: 57:** Obligaciones fiscales por única vez

<b>Obligaciones</b>	<b>Costo</b>
Registro Único de Turismo El valor fija el Ministerio de Turismo de acuerdo a la categorización otorgada por el mismo al número de mesas y una debida inspección de la empresa turística.	85,00
Apertura de cuenta bancaria	400,00
Otras instituciones	200,00
<b>Total</b>	<b>685,00</b>

Fuente: Ministerio de Turismo 2012  
Elaborado: Edison Lara

**Tabla N: 58:** Obligaciones fiscales anuales

<b>Obligaciones</b>	<b>Costo</b>
Licencia anual de funcionamiento El valor fija en base a los siguientes factores: al valor otorgado por el Ministerio de Turismo y el número de mesas.	100,00
Otras instituciones	30,00
<b>Total</b>	<b>130,00</b>

Fuente: Ministerio de Turismo 2012  
Elaborado: Edison Lara

## E. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

### 1. Inversiones

Las inversiones se realizarán en el año 0, año en el que se va a implementar las instalaciones del centro para su puesta en marcha, es decir que en este año no se percibirá ingresos por la prestación de servicios turísticos. (Anexo 9)

**Tabla N: 59** Inversiones del proyecto

INVERSIÓN REQUERIDA					
Activos Fijos	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Inversión total (Año 0)	Valor Historico
<b>Infraestructura física</b>	m2	1	215456,46	215456,46	215456,46
<b>Área de alimentación</b>					4808,00
Cocina 6 hornillas	u	1	800,00	800,00	
Refrigerador Durex	u	1	793,00	793,00	
Tanque de gas	u	1	50,00	50,00	
Licuada Oster	u	2	80,00	160,00	
Tostadora	u	1	20,00	20,00	
Cafetera	u	1	25,00	25,00	
Juego de ollas	u	1	85,00	85,00	
Microondas	u	1	120,00	120,00	
Extractor de jugo	u	1	100,00	100,00	
Equipo de sonido	u	1	250,00	250,00	
Aparador de madera	u	1	80,00	80,00	
Mesas	u	10	30,00	300,00	
Sillas	u	40	20,00	800,00	
Menaje	global	1	1225,00	1225,00	
<b>Área de hospedaje</b>					9200,00
Televisores LG 21 pulgada	u	12	350,00	4200,00	
Teléfono intercomunicado	u	12	18,00	216,00	
Camas	u	20	80,00	1600,00	
Veladores	u	12	30,00	360,00	
Sillas	u	12	10,00	120,00	
Menaje	global	1	2704,00	2704,00	
<b>Área de recreación</b>					2949,50
Parasoles para piscina	u	5	5,50	27,50	
Perezosas	u	5	12,80	64,00	
Juego de miniarcos	u	1	54,00	54,00	
Juegos infantiles (columb)	u	2	290,00	580,00	
Red para voley	u	1	35,00	35,00	
Sillas	u	100	6,50	650,00	
Mesas	u	10	35,00	350,00	
Menaje	global	1	1189,00	1189,00	
<b>Área de administración</b>					1993,70
Computador	u	2	750,00	1500,00	
Impresora	u	1	89,00	89,00	
Teléfono y fax	u	1	95,00	95,00	
Escritorio MDF	u	1	60,00	60,00	
Silla giratoria	u	1	34,70	34,70	
Sillones x 4	u	1	180,00	180,00	
Archivador	u	1	35,00	35,00	
<b>Activos diferidos</b>	global	1	685,00	685,00	685,00
<b>Total</b>				234407,66	<b>234407,66</b>

**Fuente:** Proformas de proveedores

**Elaborado:** Edison Lara

## 2. Costos de operación y ventas

Los costos de operación y ventas se realizarán a partir de que se empiecen a prestar los servicios el año 1, es decir que a partir del primer año hasta el décimo que establece la propuesta se deben incurrir en estos egresos para el funcionamiento turístico del complejo implementado; para el análisis se consideraron todos los rubros directos e indirectos en los que hay que incurrir para los diez años, incluyendo los costos de depreciación.

### a. Remuneración al personal

Al personal que laborará en el Complejo Vacacional se le pagará el salario básico mensual, correspondiente a 318,00 dólares, con excepción del administrador quien cobrará 500, 00 dólares mensuales, según el Código de Trabajo, más un incremento anual a todo el personal del 4%.

**Tabla N: 60 Remuneración al personal**

Puesto	R. mensual	R. anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Administrador General	\$ 500	6000,00	6240,00	6489,60	6749,18	7019,15	7299,92	7591,91	7895,59	8211,41	8539,87	8881,47
Jefe de operación y mantenimiento	\$ 318	3816,00	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Coordinador de juegos y eventos	\$ 318	3816,00	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Recepcionista poli funcional	\$ 318	3816,00	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Chef	\$ 318	3816,00	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Mesero	\$ 318	3816,00	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
<b>Total</b>	<b>\$ 2.090</b>	<b>25080,00</b>	<b>26083,20</b>	<b>27126,53</b>	<b>28211,59</b>	<b>29340,05</b>	<b>30513,65</b>	<b>31734,20</b>	<b>33003,57</b>	<b>34323,71</b>	<b>35696,66</b>	<b>37124,53</b>

Fuente: Escala salarial Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaborado: Edison Lara

### b. Aporte al IESS

**Tabla N: 61 Aporte al IESS**

Aportes al IESS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Administrador General	695,76	723,59	752,53	782,64	813,94	846,50	880,36	915,57	952,20	990,28
Jefe de operación y mantenimiento	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
Coordinador de juegos y eventos	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
Recepcionista poli funcional	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
Chef	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
<b>Total</b>	<b>2908,2768</b>	<b>3024,608</b>	<b>3145,59</b>	<b>3271,42</b>	<b>3402,27</b>	<b>3538,36</b>	<b>3679,9</b>	<b>3827,09</b>	<b>3980,18</b>	<b>4139,38</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### c. Servicios básicos

**Tabla N: 62:** Servicios básicos

Servicios básicos	Unidad	Cantidad	C.Unitario	C.Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Agua potable	lts	3000	0,0001	108	112,32	116,81	121,49	126,34	131,40	136,65	142,12	147,81	153,72	159,87
Energía eléctrica	kw	80	0,05	1440	1497,60	1557,50	1619,80	1684,60	1751,98	1822,06	1894,94	1970,74	2049,57	2131,55
<b>Total</b>				1548	1609,92	1674,32	1741,29	1810,94	1883,38	1958,71	2037,062	2118,545	2203,29	2291,42

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

### d. Promoción y publicidad y otros gastos

**Tabla N: 63** Promoción y publicidad y otros gastos

RUBRO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Publicidad	3350	1150	1150	1150	1150	1150	1150	1150	1150	1150
Otros gastos (Licencias y permisos)	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82	0,00

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

### e. Materia prima servicio de alimentación

**Tabla N: 64** Materia prima servicio de alimentación

Costo de producción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materia prima restaurant	5495,51	5620,84	5751,80	5888,77	6032,18	6182,47	6340,13	6505,68	6679,70	6862,79
Útiles de limpieza y oficina	201,40	209,45	217,83	226,54	235,60	245,03	254,83	265,02	275,62	286,65

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

**f. Costo por depreciaciones**

**Tabla N: 65** Costo de depreciación

<b>Activos Fijos</b>	<b>Valor Histórico</b>	<b>Valor de Salvamento</b>	<b>Vida Útil (Años)</b>	<b>Depreciación</b>
Infraestructura física	215456,46	10772,82	20	10234,18
Área de alimentación	4808,00	480,80	10	432,72
Área de hospedaje	9200,00	920,00	10	828,00
Área de recreación	2949,50	294,95	10	265,46
Área de administración	1993,70	199,37	10	179,43
<b>Total</b>	<b>234407,66</b>	<b>12667,94</b>		<b>11939,79</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

**Tabla N: 66** Tabla de depreciación

<b>Activos fijos</b>	<b>Vida útil (años)</b>	<b>% de depreciación</b>
Edificios	20	5%
Equipos de computo	5	20%
Equipos de oficina	10	10%
Muebles de Oficina	10	10%
Vehículos	5	20%

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

### 3. Ingresos

**Tabla N: 67 Ingresos**

Años	Demanda objetivo	Servicios							
		Restaurante y bar 34%	Precio \$ 4,00	Hospedaje 19%	Precio \$8,00	Área recreativa y piscinas 46,8%	Precio \$2,50	Sala de eventos 0,2%	Precio \$150,00
2013	20204	6869	27478	3839	30710	9456	23639	40	6061
2014	20665	7026	28104	3926	31411	9671	24178	41	6199
2015	21146	7190	28759	4018	32142	9896	24741	42	6344
2016	21650	7361	29444	4113	32908	10132	25330	43	6495
2017	22177	7540	30161	4214	33709	10379	25947	44	6653
2018	22730	7728	30912	4319	34549	10637	26594	45	6819
2019	23309	7925	31701	4429	35430	10909	27272	47	6993
2020	23918	8132	32528	4544	36355	11194	27984	48	7175
2021	24558	8350	33399	4666	37328	11493	28733	49	7367
2022	25231	8578	34314	4794	38351	11808	29520	50	7569

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

AÑOS										
INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Alimentación	27478	28104	28759	29444	30161	30912	31701	32528	33399	34314
Hospedaje	30710	31411	32142	32908	33709	34549	35430	36355	37328	38351
Piscina	23639	24178	24741	25330	25947	26594	27272	27984	28733	29520
Alquiler sala de eventos	6061	6199	6344	6495	6653	6819	6993	7175	7367	7569
<b>Total ingresos</b>	<b>87888</b>	<b>89892</b>	<b>91987</b>	<b>94177</b>	<b>96470</b>	<b>98874</b>	<b>101395</b>	<b>104043</b>	<b>106826</b>	<b>109754</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

#### 4. Estado de resultados

Tabla N: 68 Estado de resultados

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS										
AÑOS										
INGRESOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Alimentación	27478	28104	28759	29444	30161	30912	31701	32528	33399	34314
Hospedaje	30710	31411	32142	32908	33709	34549	35430	36355	37328	38351
Piscina	23639	24178	24741	25330	25947	26594	27272	27984	28733	29520
Alquiler sala de eventos	6061	6199	6344	6495	6653	6819	6993	7175	7367	7569
<b>Total ingresos</b>	<b>87888</b>	<b>89892</b>	<b>91987</b>	<b>94177</b>	<b>96470</b>	<b>98874</b>	<b>101395</b>	<b>104043</b>	<b>106826</b>	<b>109754</b>
<b>EGRESOS</b>										
<b>Costos de producción</b>	<b>5496</b>	<b>5621</b>	<b>5752</b>	<b>5889</b>	<b>6032</b>	<b>6182</b>	<b>6340</b>	<b>6506</b>	<b>6680</b>	<b>6863</b>
Materia prima restaurant	5496	5621	5752	5889	6032	6182	6340	6506	6680	6863
<b>Gastos operativos</b>	<b>34230,39</b>	<b>33265,61</b>	<b>34550,23</b>	<b>35886,24</b>	<b>37275,69</b>	<b>38720,72</b>	<b>40223,55</b>	<b>41786,49</b>	<b>43411,95</b>	<b>45102,43</b>
<b>Sueldos y salarios</b>	<b>26083,20</b>	<b>27126,53</b>	<b>28211,59</b>	<b>29340,05</b>	<b>30513,65</b>	<b>31734,20</b>	<b>33003,57</b>	<b>34323,71</b>	<b>35696,66</b>	<b>37124,53</b>
Administrador General	6240,00	6489,60	6749,18	7019,15	7299,92	7591,91	7895,59	8211,41	8539,87	8881,47
Jefe de operación y mantenimiento	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Coordinador de juegos y eventos	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Recepcionista poli funcional	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Chef	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
Mesero	3968,64	4127,39	4292,48	4464,18	4642,75	4828,46	5021,60	5222,46	5431,36	5648,61
<b>Aporte Patronal al IESS</b>	<b>2908,28</b>	<b>3024,61</b>	<b>3145,59</b>	<b>3271,42</b>	<b>3402,27</b>	<b>3538,36</b>	<b>3679,90</b>	<b>3827,09</b>	<b>3980,18</b>	<b>4139,38</b>
Administrador General	695,76	723,59	752,53	782,64	813,94	846,50	880,36	915,57	952,20	990,28
Jefe de operación y mantenimiento	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
Coordinador de juegos y eventos	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
Recepcionista poli funcional	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
Chef	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
Mesero	442,50	460,20	478,61	497,76	517,67	538,37	559,91	582,30	605,60	629,82
<b>Servicios básicos</b>	<b>1552,32</b>	<b>1614,41</b>	<b>1678,99</b>	<b>1746,15</b>	<b>1815,99</b>	<b>1888,63</b>	<b>1964,18</b>	<b>2042,75</b>	<b>2124,46</b>	<b>2209,44</b>
Agua potable	112,32	116,81	121,49	126,34	131,40	136,65	142,12	147,81	153,72	159,87
Energía eléctrica	1440,00	1497,60	1557,50	1619,80	1684,60	1751,98	1822,06	1894,94	1970,74	2049,57
<b>Depreciaciones</b>	<b>11939,79</b>									
Infraestructura física	10234,18	10234,18	10234,18	10234,18	10234,18	10234,18	10234,18	10234,18	10234,18	10234,18
Área de alimentación	432,72	432,72	432,72	432,72	432,72	432,72	432,72	432,72	432,72	432,72
Área de hospedaje	828,00	828,00	828,00	828,00	828,00	828,00	828,00	828,00	828,00	828,00
Área de recreación	265,46	265,46	265,46	265,46	265,46	265,46	265,46	265,46	265,46	265,46
Área de administración	179,43	179,43	179,43	179,43	179,43	179,43	179,43	179,43	179,43	179,43
Útiles de limpieza y oficina	201,40	209,45	217,83	226,54	235,60	245,03	254,83	265,02	275,62	286,65
Publicidad	3350	1150	1150	1150	1150	1150	1150	1150	1150	1150
Otros gastos (Licencias y permisos)	135,20	140,61	146,23	152,08	158,16	164,49	171,07	177,91	185,03	192,43
<b>Total egresos</b>	<b>51665,69</b>	<b>50826,24</b>	<b>52241,82</b>	<b>53714,80</b>	<b>55247,66</b>	<b>56842,98</b>	<b>58503,47</b>	<b>60231,96</b>	<b>62031,44</b>	<b>63905,01</b>
<b>DÉFICIT O SUPERÁBIT</b>	<b>36222,08</b>	<b>39065,91</b>	<b>39744,68</b>	<b>40462,24</b>	<b>41222,81</b>	<b>42031,02</b>	<b>42891,95</b>	<b>43811,14</b>	<b>44794,67</b>	<b>45849,19</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Edison Lara

## 5. Flujo de caja

Tabla N: 69 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	87.887,78	89.892,15	91.986,50	94.177,04	96.470,47	98.874,00	101.395,42	104.043,11	106.826,11	109.754,20
+ DEPRECIACIONES	0,00	11.939,79	11.939,79	11.939,79	11.939,79	11.939,79	11.939,79	11.939,79	11.939,79	11.939,79	11.939,79
+ VALOR DE SALVAMENTO	0,00										12667,94
COSTO DE PRODUCCIÓN	0,00	5.495,51	5.620,84	5.751,80	5.888,77	6.032,18	6.182,47	6.340,13	6.505,68	6.679,70	6.862,79
- GASTOS OPERATIVOS	0,00	34.230,39	33.265,61	34.550,23	35.886,24	37.275,69	38.720,72	40.223,55	41.786,49	43.411,95	45.102,43
- GASTOS FINANCIEROS	0,00										
= UTILIDAD NETA	<b>0,00</b>	<b>60.101,66</b>	<b>62.945,49</b>	<b>63.624,26</b>	<b>64.341,82</b>	<b>65.102,39</b>	<b>65.910,60</b>	<b>66.771,53</b>	<b>67.690,72</b>	<b>68.674,25</b>	<b>82.396,71</b>
- INVERSIONES DE ACT. CORRIENTES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- INVERSIONES DE ACT. FIJO	234.407,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAPITAL DE TRABAJO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- IMPREVISTOS	0,00	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>-234.407,66</b>	<b>60.101,66</b>	<b>62.945,49</b>	<b>63.624,26</b>	<b>64.341,82</b>	<b>65.102,39</b>	<b>65.910,60</b>	<b>66.771,53</b>	<b>67.690,72</b>	<b>68.674,25</b>	<b>82.396,71</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## 6. Indicadores de rentabilidad

**Tabla N: 70** Indicadores de rentabilidad

<b>Indicador financiero</b>	
VAN	\$ 369.189,40
TIR	24, 3%
Retorno del Capital	4 años

Fuente: Trabajo de campo  
Elaborado: Edison Lara

## VI. CONCLUSIONES

- ✓ Según el estudio de mercado el proyecto del complejo vacacional es factible puesto que existe una aceptación del 96,7% por parte de turistas extranjeros y del 98,2% por parte de turistas nacionales correspondientes a la demanda insatisfecha.
- ✓ Técnicamente el proyecto es viable, el tamaño del mercado puede sostener la inversión requerida en cuanto a la infraestructura y planta para la implementación del mismo.
- ✓ El proyecto ambientalmente es factible puesto que al aplicar la metodología de Lázaro Lagos las actividades realizadas durante las etapas de diseño, construcción y operación del centro vacacional causan un impacto ambiental negativo, poco significativo con un porcentaje 39, 28%
- ✓ El complejo vacacional administrativamente es viable al constituirse como compañía limitada para su operación bajo los requerimientos establecidos por el Ministerio de Turismo y otras entidades públicas con personal capacitado de la localidad para cubrir las áreas y servicios ofertados reglamentados en el manual de funciones y procedimientos.
- ✓ El análisis económico financiero del proyecto indica que es económicamente rentable, con una TIR del 24,3%, VAN de \$ 369.189,40 y el tiempo de recuperación del capital en 4 años de vida del proyecto.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- ✓ Realizar estudios de mercado que identifiquen la tendencia de los visitantes y en relación a la oferta aplicar la metodología de Benchmarking, además de realizar alianzas estratégicas con operadores de turismo que incluyan en sus paquetes turísticos la visita al complejo vacacional para fortalecer la comercialización de servicios al inicio del proyecto.
- ✓ Implementar la infraestructura del complejo vacacional en conjunto con las áreas que se ha dispuesto en el diseño con materiales amigables con el ambiente, evitando causar un excesivo impacto ambiental y considerando integrar nuevos servicios para la satisfacción del visitante.
- ✓ Facilitar capacitaciones permanentes al personal que laborará en el complejo vacacional para incentivar y optimizar su desempeño en el cargo que corresponda y además considerar en la contratación del talento humano a personas de la localidad para generar sostenibilidad social del proyecto.
- ✓ La campaña publicitaria en los medios de comunicación, debe ser intensiva y permanente al inicio de la operación del Complejo Vacacional El Volcán, de esta forma se garantizará una afluencia constante de demanda.
- ✓ Identificar organismos públicos y privados que apoyen al financiamiento para la implementación del proyecto, lo que contribuirá positivamente al turismo y a la economía local.

## **VIII. RESUMEN**

La presente investigación propone: Creación Complejo Vacacional el Volcán en el Sector Juive La Pampa, parroquia matriz, cantón Baños; provincia de Tungurahua, para su implementación se realizó la evaluación del inventario de atractivos turísticos, que permitió conocer el potencial turístico de la localidad siendo la jerarquía de los atractivos entre II y III principalmente. Realizando el análisis FODA se identificó estrategias de la competencia y los servicios ofertados. El estudio de la demanda tuvo una aceptación del 96,7% del turismo extranjero y del 98,3% del turismo nacional, siendo el número promedio de visitantes por día 60 y constará de cabañas, canchas deportivas, juegos infantiles, salas de uso múltiple, bar y restaurant. El estudio de mercadotecnia definió la marca y estrategias de marketing para la publicidad y posicionamiento en el mercado como página web, vallas publicitarias, brochure y merchandising. Se desarrollaron estrategias para la Gestión Administrativa como estructura orgánica y funcional, manual de funciones y establecimiento de requerimientos para constitución jurídica de la empresa, según los requerimientos del Ministerio de Turismo y la Superintendencia de Compañías. La evaluación de factibilidad ambiental que causa la ejecución del proyecto demuestra un resultado positivo para su implementación, considerando además medidas de mitigación, control y prevención para cada una de las actividades previstas. Finalmente el análisis económico financiero, demuestra que el proyecto tendrá una TIR del 24, 3%, VAN de \$ 369.189,40 y el tiempo de recuperación del capital en 4 años de vida del proyecto lo que indica que el proyecto es económicamente rentable y sostenible.

## **IX. SUMARY**

This research proposes : Creating a Holiday Village Volcano in juive la Pampa Area, Main Parish, Baños Canton, Tungurahua Province. To implement an assessment of the touristic attractions inventory was made. It yielded information on the tourism potential of the town being the hierarchy of the attractions between II and III primarily. Doing the SWOT analysis the competition strategies and services offered were identified. The demand study had an acceptance of 96.7% on foreign tourist and 98.3 % of the domestic tourism, being the average number of visitors 60 per day and it will consist of cottages, sports courts, playgrounds, multipurpose rooms, bar and restaurant.

The marketing study defined the brand marketing and strategies for advertising and market positioning as website, billboards, brochure and merchandise. The strategies for administrative management, organizational and functional structure, roles manual and requirements establishment for legal incorporation of the company according to the tourism Ministry requirements and the company's sub-prefecture.

The environment feasibility assessment causing the project implementation shows a positive result for its implementation, considering further mitigation measurements, prevention and control for each of the planned activities. Finally, the economic and financial analysis shows that the project will have a TIR(ITR) of 24.3 %, NPV Of \$ 396.189,40 and capital recovery time of 4 years of the project indicating that the project is economically viable and sustainable.

## IX. BIBLIOGRAFÍA

1. ARBOLEDA, G. 1998. "Proyectos Formulación, Evaluación y Control". Colombia.
2. BAEZ Y ACUÑA. 1998. "Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las áreas de Centro América". San José – Costa Rica.
3. HERNÁNDEZ, Edgar. 1997. "Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación". Editorial Trillas. México.
4. MINTUR. 2002. "Reglamento General de Actividades Turísticas". Decreto N 3400 R/O726 del 17 de Diciembre del 2002.
5. MINTUR. 2008. "PLANDETUR 2020, Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible de Ecuador
6. OCAMPO, Eliseo J. 2003. "Costos y evaluación de Proyectos". Primera edición. México.
7. OMT. 2004. "Turismo sostenible", consultado el 20 de septiembre del 2010. En línea disponible en [http://www.world-tourism.org/espanol/frame\\_sustainable.html](http://www.world-tourism.org/espanol/frame_sustainable.html).
8. SIERRA, Rodrigo. 1999. "Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental". Quito – Ecuador.
9. YUCTA, P. 2003. Documento "Ciclo de proyectos turísticos" Riobamba-Ecuador.
10. FIGUEREDO, y OTROS. 2002. I. Marco Legal e institucional para el turismo en Colombia" Bogotá Colombia.
11. VACA, G. 2001. "Evaluación de proyectos". 4ta ed. México. Editorial Mc Graw Hill; México, DF. 13-82p.
12. MENESSE, J. "Preparación y elaboración de Proyectos". 3<sup>era</sup> ed. Quitó-Ecuador. 215p.
13. VALDIVIESO, L, 2000. "Texto Básico de Administración de Empresas". Riobamba-Ecuador.
14. MONTOUSE, M. 1997. "Proyectos de Inversión" Venezuela.
15. "Vocabulario Turístico" Consultado 18 jul. 2012. Disponible en: [http://es.geocities.com/itaca\\_Peru/vocabularioturistico.htm](http://es.geocities.com/itaca_Peru/vocabularioturistico.htm).

## ANEXOS

**Anexo N° 1:** Inventario de atractivos turísticos cantón Baños (centro)

### 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha 01

1.2 Nombre del Atractivo: **VOLCÁN TUNGURAHUA.**

1.3 Categoría: Sitio Natural.

1.4 Tipo: Montaña.

1.5 Subtipo: Volcán.



**Foto N° 01:** Volcán Tungurahua  
**Fotografía:** Equipo Técnico

### 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz (Comunidad Pondoá).

2.4 Latitud: (UTM) 9837737 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0784554 E

### 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Baños centro

3.2 Distancia: 2.3 km

### 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 5016 msnm

**4.2 Temperatura:** 5°C - 14° C

**4.3 Precipitación Pluviométrica:** 360 mm/año

**4.4 Ubicación del Atractivo.**

El único ascenso al volcán Tungurahua es el que se tiene desde la comunidad de Pondo a 1 hora, a pie o 25 minutos en cualquier tipo de vehículo.

**4.5 Descripción del atractivo.**

El Tungurahua posee una altura de 5016 m.s.n.m., y su base tiene de diámetro 14 km. Es un volcán tipo Estratovolcán joven, de forma cónica y simétrica con una temperatura entre 14 °C y 0,5 °C. Su nombre quechua significa garganta de fuego, y según la mitología indígena este volcán es bravío y lleno de furia, con fuego en las entrañas y exigente de sacrificios humanos.

**4.6 Atractivos individuales que lo conforman.** Entre las especies más importantes de la biodiversidad en estos sectores son:

**Flora:** Chuquiragua, almohadilla, achupalla, pega pega, aliso, bromelias, arrayán, pumamaqui, frailejones, mortiños, motilón, orquídeas, árbol de papel, chocho, romero.

**Fauna:** Golondrinas, plateros, tórtolas, azulejos, mirlos, gabilanes, quilico, águilas, chirotes, cóndores, colibríes, cervicabras, sacha cuy, lobos, danta, puma, erizo, oso de anteojos, liebres, ranas, venados.

**4.7 Permisos y Restricciones.**

Desde el último proceso eruptivo se ha restringido el acceso al volcán debido a la desaparición de senderos provocados por lahares en el sector y por el peligro que se corre. Para acceder al lugar es necesario contratar los servicios de un guía nativo con licencia o contratar el tour hacia el volcán en una de las agencias u operadoras de turismo de Baños.

**4.8 Usos.**

**4.8.1 Uso Actual:** actualmente se lo considera uno de los principales atractivos del sector debido a que en época eruptiva atrae muchos turistas nacionales y extranjeros.

**4.8.2 Uso Potencial:** la creación de la ruta del volcán ayudará a promover turísticamente lugares que han dejado de ser visitados debido a la fase eruptiva por considerarse peligrosos, reactivando el turismo en éstas zonas, y la participación de la comunidad.

**4.8.3 Necesidades:** mejoramiento y mantenimiento de senderos, interpretación ambiental en los miradores del volcán.

## **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Alterado.

**5.2 Causas:**

El proceso eruptivo, la constante caída de ceniza y el flujo de lava en determinadas épocas provoca erosión en el sector y la deformación del volcán.

## **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Deteriorado.

**6.2 Causas:**

El entorno del volcán se encuentra afectado por la pérdida de biodiversidad causada por la erupción del volcán.

## **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Sendero.

**7.3 Estado de Vía:** Regular.

**7.4 Transporte:** Todo tipo de vehículo hasta la base y a pie por los senderos

**7.5 Frecuencia:** diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo

**7.7 Observaciones:** El recorrido hacia el mirador depende del estado físico y necesidades del turista, se recomienda llevar ropa y zapatos cómodos para la caminata y agua para beber, es necesario contratar un guía nativo para ascender al lugar, en época eruptiva el acceso es restringido.

**7.8 Requerimientos:** Pictograma.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Sí existe.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.1 Agua:** Entubada.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** No existe.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

**10.1 Nombre del atractivo:** Miradores.

**10.2 Distancia:** Variada.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

**11.1 Difusión:** Internacional.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		49

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha 02

1.2 Nombre del Atractivo: **MIRADOR OJOS DEL VOLCÁN.**

1.3 Categoría: Sitio Natural.

1.4 Tipo: Montaña.

1.5 Subtipo: Mirador.



**Foto N° 02:** Mirador “Ojos del Volcán”

**Fotografía:** Equipo Técnico

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845900 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0786391 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Baños centro.

3.2 Distancia: 8 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 2708 msnm.

4.2 Temperatura: 10°C - 18° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 mm/año.

### 4.4 Ubicación del Atractivo.

El Mirador Ojos del Volcán se ubica a pocos kilómetros del centro de la parroquia Baños, pasando el puente de San Francisco (8 km), se puede acceder a pie por el sendero

existente o en cualquier vehículo hasta la base (20 minutos) y luego recorrer el sendero caminando.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

El mirador “Ojos del Volcán” se encuentra siguiendo la vía a Iluchi, el mirador no posee ninguna estructura física donde los turistas puedan descansar y disfrutar de la preciosa vista que se obtiene del volcán Tungurahua. Se le dio el nombre de “Ojos del Volcán” debido a que hace varios años ya, cuando inició el proceso eruptivo del volcán, un grupo de gente se refugió en este sector para poder dar seguimiento a la erupción y poder ver los daños provocados a las comunidades.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

Desde este sector se puede apreciar la ciudad de Baños, la entrada a la Amazonía y el volcán Tungurahua, si se desea caminar y disfrutar de la naturaleza se puede seguir el sendero y recorrer sus alrededores.

La biodiversidad del sector está representada por:

**Flora:** Sacha chocho (*Lupinus sp*), Kikuyo (*Pennisetum clandestinum*), Chamana (*Duodoma viscosa*), Cabuya (*Agave americana*), pino (*pinus radiata*), retama (*Spartium junceum*), y cultivos de mandarina y tomate de árbol. etc.

**Fauna:** Ratas y ratones (*Mus musculus*), (*Rattus rattus*), lagartija (*Pholidobolus montium*), gallinazo cabeza roja (*Cathartes aura*), gallinazo cabeza negra (*Coragyps atratus*), gorrión (*Authus bogotensis*), Quilicos (*Falco femoralis*), Guarros (Falcónidos), etc.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

No se necesita ningún permiso para acceder al lugar.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Uso Actual:** actualmente se lo usa como mirador, además de que en este lugar se encuentran las antenas de comunicación del Cantón Baños.

**4.8.2 Uso Potencial:** en el sector se podrían realizar caminatas, fotografía, observación de flora y fauna y recuperación de los espacios intervenidos.

**4.8.3 Necesidades:** mejoramiento y mantenimiento de senderos, señalización y depósitos para basura.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** En proceso de deterioro.

#### **5.2 Causas:**

El avance de la frontera agrícola ha favorecido la pérdida de la vegetación nativa, además de que el terreno se ve erosionado debido a que por la instalación de las antenas de comunicación se debió retirar parte de la vegetación.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** en proceso de deterioro

#### **6.2 Causas:**

Se está perdiendo la biodiversidad del sector debido al avance de la frontera agrícola, y a la falta de mantenimiento de los senderos.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Lastrado.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno.

**7.4 Transporte:** Todo tipo de vehículo o a pie, alquiler de camionetas (\$5) o chivas (\$3).

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo.

**7.7 Observaciones:** El recorrido hacia el mirador depende del estado físico y necesidades del turista, se recomienda llevar ropa y zapatos cómodos para la caminata y agua para beber.

**7.8 Requerimientos:** Pictograma.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Sí existe.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.1 Agua:** Entubada.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Pozo séptico.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

**10.1 Nombre del atractivo:** Sendero "Los sauces".

**10.2 Distancia:** 5,1 km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

**11.1 Difusión:** Nacional.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTO S
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		45

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha 03

1.2 Nombre del Atractivo: **MIRADOR DE LA VIRGEN DE VENTANAS Y RUNTÚN.**

1.3 Categoría: Sitio Natural. Manifestación Cultural.

1.4 Tipo: Montaña. Realizaciones Técnicas y Científicas.

1.5 Subtipo: Mirador. Gruta.



Foto Nº 03: Mirador y Gruta de la Virgen

Fotografía: Equipo Técnico

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9844872 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0786125 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2071 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C – 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

#### 4.4 Ubicación del Atractivo.

El inicio de esta caminata empieza junto al cementerio en la intersección de las calles Montalvo y Juan León Mera, en la parroquia matriz; a 10 cuadras aproximadamente del centro de la parroquia.

Se puede llegar hasta el lugar en el bus urbano, para luego comenzar la caminata de 3 horas aproximadamente a paso lento.

#### 4.5 Descripción del atractivo.

Este mirador se encuentra sobre una de las colinas formadas por las estribaciones del volcán Tungurahua. El inicio de la caminata para recorrer este hermoso lugar empieza con la primera grada de las 684 existentes hasta llegar a la escultura de la Virgen ubicada en la cima del Mirador construida en mármol con la ayuda de la población de Baños.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman

**Paradas de las escalinatas:** mientras se sube las gradas hasta llegar a la cima encontramos 5 paradas, distribuidas cada cierto número de escalinatas, las cuales representan los misterios dolorosos.

**Primera parada:** se llega a esta al subir 139 gradas, en donde se encuentra una pieza donada por el Sr. Modesto Sánchez y Sra., la cual escenifica el azotamiento a Jesús o la flagelación de Jesús.

**Segunda parada:** se llega al subir 20 gradas más y llegar así a la grada 159, donde existe una piedra que escenifica la coronación de espinas.

**Tercera parada:** ubicada a 183 gradas de la segunda parada, es decir avanzamos hasta la grada 337, donde se encuentra el cuadro de Jesús cargando la cruz camino del calvario.

**Cuarta parada:** esta parada se encuentra 160 gradas más arriba donde se llega a la grada 497, aquí el cuadro escenifica la crucifixión y muerte de Jesús.

**Quinta parada:** es la última y se encuentra en el escalón 684 donde encontramos la hermosa escultura de la Virgen María.

**Mirador:** desde la cima de la gruta se puede observar el volcán Tungurahua, la ciudad y sus alrededores; desde este lugar existen dos senderos para realizar caminata y poder relacionarse directamente con la naturaleza del lugar teniendo ambos el mismo punto de llegada que es Runtún, para luego continuar y llegar hasta la entrada del sendero Bellavista en la zona urbana de la parroquia matriz.

**Primeros tanques de captación de agua del Cantón Baños:** durante el recorrido del sendero hasta Runtún se llega a lugar donde están los primeros tanques construidos de piedra, los cuales servían para captar el agua de las vertientes cercanas y así poder distribuirla a la población para su consumo. Y se encuentra a 0,79 km. del monumento a la Virgen.

**Biodiversidad:** en el lugar se puede observar: quílicos (*Falco femoralis*), gallinazos (*Coragyps atratus*), golondrinas (*Notiochelidon cyanoleuca cyanoleuca*), gorriones (*Zonotrichia capensis*), palomas (*Columba sp*), mirlos (*Turdus chiguango*), lepidópteros y coleópteros; en cuanto a flora existen arbustos pequeños y especies frutales para el consumo diario.

#### 4.7 Permisos y Restricciones.

No existe ningún tipo de restricción, cualquier persona puede acceder al lugar, incluso en la noche el lugar está iluminado y se lo puede observar desde el centro de la parroquia.

#### 4.8 Usos.

**4.8.1 Uso Actual:** El lugar es usado como mirador ya que se puede observar toda la ciudad de Baños y sus alrededores.

**4.8.2 Uso Potencial:** En el lugar se podrían colocar telescopios para observación, fotografía, observación de flora y fauna.

**4.8.3 Necesidades:** Se debería construir un pequeño lugar de descanso para los turistas, el cual tenga servicio de bar. Adicionalmente se necesita un sistema de información ambiental que ayude a cuidar el lugar y su biodiversidad. Ejemplo: no arroje basura, no arranque las plantas, no raye las paredes, etc.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.

**5.1 Estado:** Poco alterado.

#### 5.2 Causas:

Las visitas de los turistas al lugar no causan daño al atractivo, el cual se mantiene en buen estado.

### 6. ENTORNO.

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

#### 6.2 Causas:

Los lugares aledaños al mirador y a los dos senderos que se pueden recorrer ofrecen al turista un lugar ideal para caminar y tener contacto con la naturaleza, están en buen estado aunque los senderos no están muy bien elaborados y mantenidos.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Sendero.

**7.3 Estado de Vía:** Buena.

**7.4 Transporte:** Automóvil, o bus urbano que lo deja cerca del ingreso o a pie desde el centro de la parroquia.

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo.

**7.7 Observaciones:** Llevar ropa deportiva, gorra, agua para la caminata, protector solar, zapatos para caminar.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

El atractivo no cuenta con ningún tipo de servicio turístico pero se cuenta la infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado

**9.3 Alcantarillado:** Sí existe.

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

**10.1 Nombre del atractivo:**

Cementerio de Baños.

Sendero Bellavista.

**10.2 Distancia:**

0,72 km.

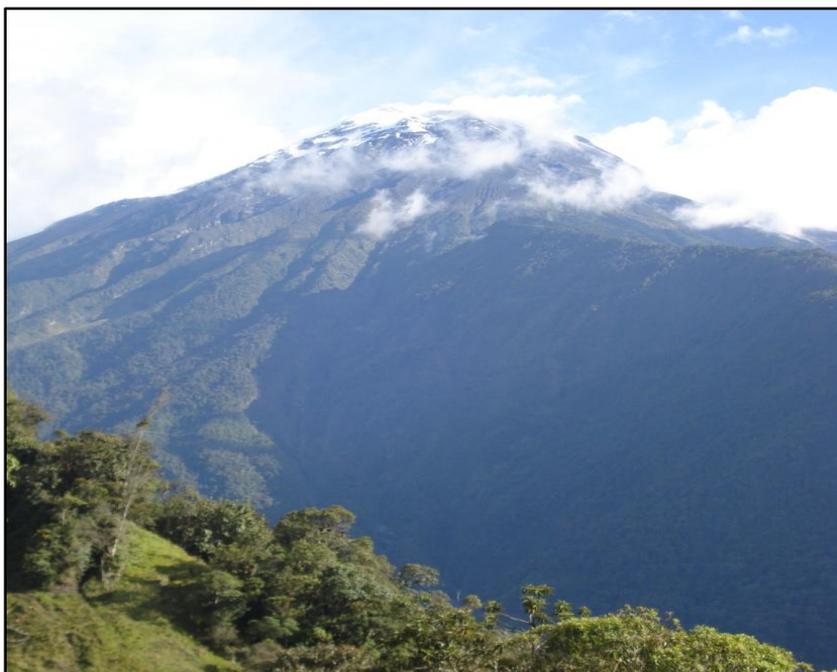
3,17 km.

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.****11.1 Difusión: Local.****12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía II

**1. DATOS GENERALES.****1.1 Ficha N° 04****1.2 Nombre del Atractivo: MIRADOR DE LA CRUZ DE BELLAVISTA****1.6 Categoría:** Sitio Natural.**1.7 Tipo:** Montaña.**1.8 Subtipo:** Mirador.

**Foto N° 04:** Mirador de Bellavista  
**Fotografía:** Equipo Técnico

**2. UBICACIÓN.****2.1 Provincia:** Tungurahua.**2.2 Cantón:** Baños.**2.3 Parroquia:** Matriz.**2.4 Latitud:** (UTM) 9845130 N**2.5 Longitud:** (UTM) 17 0787690 E**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.****3.1 Nombre del poblado:** Baños.**3.2 Distancia:** 1,55 Km.**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.****4.1 Altitud:** 2100 m.s.n.m.**4.2 Temperatura:** 18-22 °C.**4.3 Precipitación Pluviométrica:** Menor a 1000 mm/año.

#### **4.4 Ubicación del Atractivo.**

El mirador se ubica en el cerro Bellavista, tomando la vía a Runtún en el barrio de Santa Ana, en el kilómetro 2 vía al Puyo.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

En el sector de Bellavista se encuentra el mirador denominado “Cruz de Bellavista”, de donde se tiene una vista espectacular de la ciudad de Baños y del volcán Tungurahua. En la noche se puede observar una cruz que es iluminada para poder observarla desde la ciudad. Es una colina ubicada en la parte oriental de la ciudad de Baños, en la zona se ha adecuado un mirador de madera con techo para protección del sol, además existe una mesa y una banca para el descanso de los turistas.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

El mirador consta de una infraestructura pequeña de madera, para que los turistas puedan refugiarse y descansar en él. En el sector existen pequeños cultivos de aguacate, naranjilla, tomate de árbol, mandarina y babaco. Existen puestos de venta de comida; además las agencias y operadoras ofrecen tours hasta el mirador en chivas durante la noche.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Ninguno.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** Se lo usa como mirador y distracción ya que se realizan pequeños shows.

**4.8.2 Usos potenciales:** Fotografía, realización de espectáculos nocturnos.

**4.8.3 Necesidades turísticas:** Colocar letreros de interpretación ambiental y mejorar los servicios de los pequeños puestos de venta de comida del sector, iluminar todo el lugar y especificar zonas de parqueo.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

#### **5.2 Causas:**

Desde este mirador se tiene una maravillosa vista de la ciudad de Baños y del volcán Tungurahua.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

#### **6.2 Causas:**

La frontera agrícola sigue avanzando y se está perdiendo la flora nativa, existe descuido en los senderos del lugar y muchas zonas están destinadas para el pastoreo.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado/sendero.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno.

**7.4 Transporte:** A pie o en cualquier tipo de vehículo, se puede llegar al lugar en caballo o en uno de los buses de transporte urbano “Luna Sánchez” (\$0,50), taxi (\$5).

**7.5 Frecuencia:** Desde la ciudad de Baños existe un turno de bus en la mañana a las 06:00 y su retorno a la ciudad de Baños es a las 08:00, mientras que en la tarde es posible tomar un bus que sale a las 14:00 desde el centro de la ciudad y retorna de inmediato.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año.

**7.7 Observaciones:** Para la visita en las noches se recomienda ropa abrigada, y si se va a recorrer el sendero se debe llevar ropa y zapatos cómodos para la caminata y agua para beber.

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

Infraestructura turística existente en el Cantón Baños, servicio de alimentación y bares en la zona de Bellavista.

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** Entubada.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Pozo séptico.

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

**10.1 Nombre del atractivo:** Runtún. **10.2 Distancia:** 1 Km.

Mirador Virgen de Ventanas. 3 Km.

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.**

**11.1 Difusión:** Nacional.

**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICAD O	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		37

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha N° 05

1.2 Nombre del Atractivo: **SANTUARIO NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO DE AGUA SANTA.**

1.3 Categoría: Manifestaciones Culturales.

1.4 Tipo: Históricas.

1.5 Subtipo: Arquitectura Religiosa.



**Foto N° 05:** Santuario Nuestra Señora del Rosario de Agua Santa  
**Fotografía:** Equipo Técnico.

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845400 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0787012 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1807 msnm.

4.2 Temperatura: 18 ° - 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

El Santuario de la Virgen de Agua Santa se encuentra localizado en el Centro de la Ciudad de Baños frente al Parque Sebastián Acosta.

#### 4.5 Descripción del atractivo.

Este majestuoso templo de estilo barroco, empezó su construcción el 11 de febrero de 1909, esta fue iniciada por el Reverendo Padre Tomas Halflants siendo terminada por el Padre Sebastián Acosta y bendecida el 26 de Febrero de 1944.

En 1938 el Padre Sebastián Acosta trajo a Fray Enrique Pazmiño quien con artesanos de la zona decoraron el santuario habiendo esculturas de los siglos XVII y XVIII entre estos tenemos a: Santo Domingo, San Francisco, Corazón de Jesús. La Basílica demoró en construirse 40 años.

En 1929 se terminó con la parte neogótica del Santuario en 1944 con el convento de estilo colonial de los padres Santo Domingo de Guzmán, convento que duro hasta el año 1965 o 1968 pasando a ser noviciado y finalmente museo en la actualidad el Santuario está Declarado como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

**Iglesia:** La mayor obra monumental que cuenta Baños es la Iglesia Nuestra Señora de El Rosario de Agua Santa de Baños, conocida con el nombre de Basílica. Su forma rectangular alargada, grandes columnas y sus arcos ojivales le dan una solemnidad aguada. Pertenece al género semi-gótico, con ciertos rasgos de mixtificación en este ramo. Sus arbotantes se dejan notar solamente en el lado oriental. Su interior está dividido en tres naves. Sus paredes llevan lienzos trabajados por Fray Enrique Mideros, estos son ilustrativos y están sujetos a conceptos religiosos en los que se refleja los milagros de la Virgen de Agua Santa. Hay uno que se destaca dentro de los lienzos verticales. A Jesús por María La Construcción de piedra color ceniza de las canteras volcánicas de lugar.

En su interior, el altar es una obra espectacular de tinte gótico; está cubierto de pan de oro y en el centro se halla la imagen de la Virgen de Agua Santa. Los confesionarios, púlpito y demás altares secundarios se hallan cubiertos de formas barrocas, con maderas baneñas.

Otros objetos están enchapados admirablemente con maderas y formas propias de nuestra artesanía. El convento en su interior deja el arco ojival, propio de lo gótico: traza el arco del medio punto, y el frontón renacentista.

#### 4.7 Permisos y Restricciones.

La Iglesia de Nuestra Señora del Rosario de Agua Santa esta abierta de lunes a domingo desde las 06h00 hasta las 20h00. A más de ello se da misas en el siguiente horario:

- De lunes a Viernes de 07h00, 11h00, 16h00, 18h00.
- Sábados de 07h00, 11h00, 16h00, 18h00
- Domingos de 6h00, 8h00, 9h00, 10h00, 11h00, 12h00, 14h00, 16h00, 19h00

#### 4.8 Usos.

**4.8.1 Usos Actuales:** Turismo religioso, la iglesia es muy concurrida durante todos los días del año y especialmente en días feriados.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Fotografía, observación de cuadros e imágenes y socialización de su historia y milagros de la Virgen de Agua Santa.

**4.8.3 Necesidades Turísticas:** Capacitación de Guías para los recorridos.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.

**5.1 Estado:** Sin intervención.

**5.2 Causas:** Debido a que el la iglesia conjuntamente con sus feligreses los mantienen conservado y en constante mantenimiento.

### 6. ENTORNO.

**6.1 Entorno:** Conservado.

**6.2 Causas:** La ciudad de Baños se encuentra en un buen estado.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre.

7.2 Subtipo: Asfaltado.

7.3 Estado de Vía: Bueno.

7.4 Transportes: Automóvil o Bus (Cooperativa Sangay o Riobamba).

7.5 Frecuencia: Cada hora.

7.6 Temporalidad de acceso: Lunes a Domingo.

7.7 Observaciones: La iglesia de la Virgen de Agua Santa es una de las más visitadas en Ecuador, si se desea estar cerca de la imagen considerada tan milagrosa se la debe visitar en el mes de octubre días en que la Imagen de la Virgen esta junto al pulpito.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en el Cantón Cevallos.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

9.1 Agua: Potable.

9.2 Energía Eléctrica: Sistema Interconectado.

9.3 Alcantarillado: Si existe.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Parque Sebastián Acosta

10.2 Distancia: 10 metros.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

11.1 Difusión: Nacional.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTO S
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		59

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía III

## 1. DATOS GENERALES.

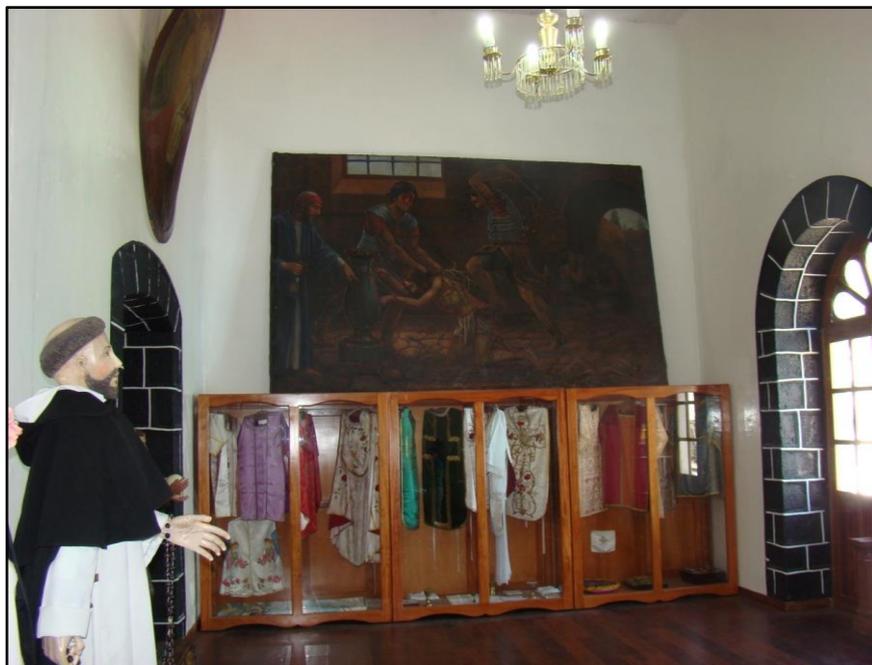
1.1 Ficha N° 06

1.5 Nombre del Atractivo: **MUSEO FRAY ENRIQUE MIDEROS.**

1.6 Categoría: Manifestación Cultural.

1.7 Tipo: Históricas.

1.8 Subtipo: Museo.



**Foto N° 06:** Museo Fray Enrique Mideros

**Fotografía:** Equipo Técnico

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845460 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0787012 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1807 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C – 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

El museo está ubicado junto al Santuario de la Virgen de Agua Santa en el que fuera el convento de los padres de Santo Domingo de Guzmán, en las calles Ambato y 12 de Noviembre.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

Los museos permiten observar la forma de vida, arte, cultura, de diversos pueblos y personajes sobresalientes. El Museo Fray Enrique, pertenece al Santuario de la Virgen del Rosario de Agua Santa, su nombre es en honor al pintor de los óleos que se encuentran dentro de éste Santuario; tiene aproximadamente 45 años de funcionamiento y consta de 8 salas divididas por temas.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

**Sala N° 1: El Balcón del Atrio.**- Este balcón permite que los visitantes tengan una vista panorámica del parque Sebastián Acosta y de Runtún, se tiene planificado adecuarla para ser una sala de recepción con un mural de los fieles y peregrinos de la imagen de la Señora de Agua Santa.

**Sala N° 2: Ofrendas.**- En esta sala podemos encontrar un sinnúmero de objetos obsequiados por los fieles, con el propósito de que la Virgen les conceda ciertas peticiones; entre ellos ramos y vestidos de novia para que el matrimonio sea duradero, ramos y vestidos de quinceañeras para que proteja a la joven durante su desarrollo, existen trajes de bautismo, primera comunión, ropa de militares, policías, bandas de estudiantes, bandas de madres símbolos, destacándose la banda de una madre soltera, etc.

Además de carros artesanales a escala ofrendado para que Dios proteja su camino, objetos de porcelana, vitrolas, numismática de diferentes países, obras del Vía Crucis, pertenecientes al padre Tomás Halfflans traído de Bélgica, entre otros objetos.

**Sala N° 3. Corredor.**- A lo largo del corredor del museo existen 10 vitrinas correspondientes a diferentes provincias de las 4 regiones del país, algunos objetos fueron adquiridos por compra de los padres del convento y otras por obsequio.

**Sala N° 4.**- En esta sala se puede encontrar la recopilación de los diferentes mantos de la Virgen, algunos de los cuales son hechos con hilo de plata y oro conjuntamente con pedrería. Son ajuares completos tanto para la Virgen como para el niño Jesús; los cuales en muchos casos incluyen zapatos, los más antiguos se caracterizan por los rosetones bordados de estilo Legarda, mientras otros trajes son más populares y tradicionales.

La sala está adornada con cuadros modernos y antiguos, uno de ellos del siglo XVIII de estilo barroco, en el lugar podemos ver los estándares de oro traídos desde Bélgica por el padre Tomás Halfflants, otro de San Vicente que data del año de 1930.

**Sala N° 5.**- Esta sala es una recopilación de figuras arqueológicas encontradas en el país, las más sobresalientes son las de las culturas: Valdivia, Machalilla, Chorrera, Tolita, Bahía de Caráquez, Guangala, Manteña, toda esta colección fue donada por el arqueólogo León Pérez.

**Sala N° 6.**- Es la sala de Taxidermia, en ella podemos encontrar aves, mamíferos, reptiles disecados pertenecientes a las cuatro regiones de nuestro país, además de fetos y animales conservados en frascos.

**Sala N° 7.**- En esta sala se puede encontrar esculturas y pinturas pertenecientes al siglo XVIII, como cuadros de Santa Catalina, San José, un altar con imágenes de Jesús y San Jerónimo penitente. También se encuentran las estolas y trajes para el litúrgico de los

Sacerdotes, cojines y más artículos de gran valor. También existen 4 pinturas de los hermanos Videris en donde se encuentra la recopilación de las Obras de San Marcos.

**Sala Nº 8.-** En esta sala es de vestidos y ex votos, se puede encontrar mantos adicionales de la Virgen de Agua Santa, de la coronación donada por el Presidente Camilo Ponce Enriquez donde se la denominó Reina de las Misiones del Oriente.

También podemos encontrar rosarios de varios tamaños, cetros repujados de plata y los famosos ex votos (figuras de metal similares a los dijes los cuales tienen forma variada como partes del cuerpo, animales, casas, etc) que eran entregados para que la Virgen les concediera salud, suerte, prosperidad etc.

Adicionalmente en los corredores encontramos retratos de personajes muy conocidos en Baños, por lo general de gente humilde como por ejemplo: de un hombre conocido como hijo del Chimborazo, Pía (mendiga del santuario), Joselito, Miguelito, El Silbador, Mama Lola, Yoguito y las Beatas.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

El museo está abierto de lunes a domingo de 8h00 a 17h00. El costo es de \$0,50 para adultos y \$0,25 para niños.

## **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

**5.2 Causas:** Las piezas del museo están bien cuidadas y preservadas, debido al gran valor económico, cultural y sentimental que poseen.

## **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Conservado.

**6.2 Causas:** Las salas de exhibición del museo son aseadas con frecuencia.

## **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno.

**7.4 Transporte:** Automóvil, o bus urbano.

**7.5 Frecuencia:** 15 minutos.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo.

**7.7 Observaciones:** Ninguna.

## **8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

La infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

## **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Sí existe.

## **10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

**10.1 Nombre del atractivo:** Parque Sebastián Acosta.

**10.2 Distancia:** 10 metros.

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.****11.1 Difusión:** Provincial.**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	11
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		62

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía III

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha N° 07

1.5 Nombre del Atractivo: "PARQUES DE BAÑOS".

1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales.

1.7 Tipo: Realizaciones Técnica y Científicas.

1.8 Subtipos: Parque



Foto N° 07: Parque Palomino Flores

Fotografía: Equipo técnico

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud (UTM) 9827274 N  
0786957 E

2.5 Longitud: (UTM) 17

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1821 msnm.

4.2 Temperatura: 18 ° - 22° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Estos Parques están ubicados en el centro de la parroquia Baños.

#### 4.5 Descripción del atractivo.

En el centro de la parroquia Baños existen dos parques muy visitados ya que son el lugar perfecto para descansar y tomarse fotografías.

**Parque Palomino Flores:** Fue construido en el año de 1945 en el lugar donde existía la histórica plaza del higuérón, el nombre es en honor a un hacendado español.

**Parque Sebastián Acosta:** Se le dio el nombre en honor a un fraile que dirigió el Santuario de Baños en la década de los 40 y 50, este sacerdote culminó la obra empezada por Thomas Halfants. Fue construido en la década del 60 del siglo XX, en una antigua plaza. Desde su construcción el parque ha sufrido varias remodelaciones.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman.

**Parque Palomino Flores:** Se puede encontrar diversidad de especies de flora como: caucho (*Picus elastica*), cepillo (*Calestemun speciosus*), palma (*Sparajaubea cocodos*), aguacate (*persea americana*), acacia (*rabinea speudocacia*), buganvilla (*bougambillea spectabilis*).

Este parque arquitectónicamente esta constituido por una pila en el centro, el puente del amor, posee cuatro puertas distribuidas en cada esquina.

**Parque Sebastián Acosta:** Se encuentra varios especies de flora como plantas ornamentales; árboles como: higuérón (*Ficus specie*), ciprés (*cupresus sempervirens*). Una particularidad de este parque son los fotógrafos profesionales algunos de ellos poseen cámaras antiguas.

Este parque arquitectónicamente esta constituido por una pequeña pileta en el centro, la escultura del volcán Tungurahua elaborada en piedra, posee cuatro puertas, una en cada esquina para facilitar el ingreso de los visitantes.

#### 4.7 Permisos y Restricciones.

Se puede acceder fácilmente a estos parques a cualquier hora.

#### 4.8 Usos.

**4.8.1 Uso Actual:** Estos parques están siendo utilizados como sitios de descanso y recreación tanto de los habitantes de la ciudad como de los turistas.

**4.8.2 Uso Potencial:** Se podría realizar fotografía, caminata, y observación de los componentes del parque.

**4.8.3 Necesidades:** letreros interpretativos.

### 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.

**5.1 Estado:** Conservado.

**5.2 Causas:**

Debido a que el Municipio de Baños realiza el mantenimiento periódico en estos parques.

### 6. ENTORNO.

**6.1 Entorno:** Conservado.

**6.2 Causas:**

La ciudad de Baños se encuentra en buen estado.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Carretera.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno.

**7.4 Transportes:** Automóvil o Bus urbano Coop. Luna Sánchez, transporte Baños hasta El terminal de la ciudad.

**7.5 Frecuencia:** Diaria

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo

**7.7 Observaciones:** Ninguna.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en el Cantón Baños.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema Interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Sí Existe.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

**10.1 Nombre del atractivo:** Municipio de Baños.

**10.2 Distancia:** 10 m. del parque Palomino Flores.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

**11.1 Difusión:** Local.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICAD O	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía II

### 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha N° 08

**1.2 Nombre del Atractivo: PASAJE ARTESANAL ERMITA DE LA VIRGEN.**

**1.3 Categoría:** Manifestación Cultural.

**1.4 Tipo:** Etnografía.

**1.5 Subtipo:** Feria de artesanías.



**Foto N° 08:** Pasaje Artesanal Ermita de la Virgen

**Fotografía:** Equipo técnico

## **2. UBICACIÓN.**

**2.1 Provincia:** Tungurahua.

**2.2 Cantón:** Baños.

**2.3 Parroquia:** Matriz.

**2.4 Latitud:** (UTM) 9845747 N

**2.5 Longitud:** (UTM) 17 0785711 E

## **3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.**

**3.1 Nombre del poblado:** Ambato.

**3.2 Distancia:** 40 km.

## **4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.**

**4.1 Altitud:** 1825 msnm.

**4.2 Temperatura:** 18°C – 22° C.

**4.3 Precipitación Pluviométrica:** 1400 mm/año.

**4.4 Ubicación del Atractivo.**

El pasaje artesanal se encuentra en la calle Ambato, junto al Mercado Central.

## **4.5 Descripción del atractivo.**

El pasaje artesanal “Ermita de la Virgen” está formado por varios puestos de ventas de diversos tipos de artesanías, tanto del cantón Baños, como de otros lugares del país. Su horario de atención es de 8h00 a 22h00.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

Las artesanías que se expenden en este pasaje artesanal en su mayoría son de artesanos de Baños, adicionalmente hay artesanos de Otavalo y Salasakas, las principales artesanías son bisutería, llaveros, bolsos pequeños, alcancías, monederos, lapiceros, etc.

Entre los materiales más usados tenemos: mullos, coco, madera, tagua, cuero, lana, etc, dependiendo del tipo de artesanías. Los precios varían según el objeto.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

El pasaje artesanal está abierto todos los días de 9h00 a 22h00

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** El lugar es usado para la compra y venta de todo tipo de artesanías.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Se puede realizar en este sitio festivales de danza para llamar la atención del turista.

**4.8.3 Necesidades Turísticas:** Ninguna.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

#### **5.2 Causas:**

Los vendedores están muy bien organizados en puestos bien distribuidos de modo que los turistas pueden apreciar todo lo que el pasaje artesanal exhibe.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Conservado.

#### **6.2 Causas:**

El turismo en Baños está en auge, la mayoría de los turistas compran pequeñas artesanías para recuerdo y adorno, motivo por el cual el pasaje artesanal Ermita de la Virgen tiene un horario bastante amplio para la atención al público.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Buena.

**7.4 Transporte:** Automóvil, o bus de las cooperativas: Sangay o Riobamba.

**7.5 Frecuencia:** Cada hora.

**7.6 Temporalidad de acceso:** De lunes a domingo.

**7.7 Observaciones:** Ninguna.

### **8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

La infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

### **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Sí existe.

### **10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

**10.1 Nombre del atractivo:** Parque Palomino Flores.

**10.2 Distancia:** 21 m.

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

11.1 Difusión: Local.

### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		41

### 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha N° 09

1.5 Nombre del Atractivo: **ARTESANÍAS DE LA PARROQUIA BAÑOS.**

1.6 Categoría: Manifestación Cultural.

1.7 Tipo: Etnografía.

1.8 Subtipo: Artesanías.



**Foto N° 09:** Artesanías de la cabecera cantonal, Baños.

**Fotografía:** Equipo Técnico.

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Baños (Matriz).

2.4 Latitud: (UTM) 9845349 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0786993 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1821 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C – 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

Los lugares de elaboración de artesanías se distribuyen por todo el cantón Baños, concentrándose especialmente en la parroquia Matriz.

El taller de elaboración de maracas se encuentra en la calle Oriente, ubicada en el Valle de San Vicente; el taller de ebanistería se ubica en las calles Halfans y Martínez; y los talleres

de cofres de madera se encuentran en las calles Rocafuerte y Oscar Efrén Reyes en el barrio 5 de junio o en las calles Ambato y Sebastián Baño.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

La elaboración de artesanías es una práctica muy antigua, que sin bien en un principio sólo tenía fines utilitarios, hoy busca la producción de objetos estéticamente agradables que sirvan de adorno o para su uso, dependiendo del tipo de artesanía.

En el Cantón Baños existe un gran número de artesanías elaboradas y vendidas dentro de Baños y otras ciudades del país, entre ellas las tradicionales cometas de carrizo, las coloridas maracas, los hermosos cofres de madera, las guitarras, entre otras

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

##### **Maracas:**

La familia Iglesias elabora estas maracas de forma artesanal hace más de 45 años, las cuales en un principio eran compradas por personas de las comunidades de Otavalo, Salasakas, etc, y en muchos casos eran llevadas al exterior. Su precio varía entre los \$0,80 y \$1,00. Variando en tamaño, color (morado, verde y amarillo) y figuras, la venta se la realiza al por mayor y se las expende en varios lugares de venta de artesanías en Baños. Se elaboran cerca de 300 pares a la semana.

Elaboración de maracas: se trae el material desde la zona del oriente, se los elabora especialmente con pilches (especie similar al zambo), como primer paso se extrae el contenido del fruto, para luego ser secado y lijado; como siguiente paso se pinta en diferentes colores, luego es tallado y torneado para finalmente colocar los palos.

Antiguamente se las pintaba en varios colores, hoy sólo se los en charola; otro tipo de pintura que se realiza es matizándolos con color y barnizándolos. Los dibujos son realizados por las mujeres únicamente, mientras los hombres se encargan del tallado y torneado.

Los instrumentos que se utilizan para el delineado de estos dibujos son: Compás, cuchilla, labrador; algunas de las herramientas son improvisadas y adaptadas por el mismo artesano según sus necesidades.

##### **Guitarras:**

El Sr. Jacinto Guevara es muy conocido en el Cantón Baños debido a sus famosas guitarras, el trabajo lo viene realizando desde hace 40 años, luego de aprender a tocar guitarra a los 20 años, a corta edad se interesó por aprender y como no tenía una guitarra propia tuvo que aprender a construirlas, conociendo así a grandes ebanistas del país, además de haber heredado la habilidad de su padre quien fue carpintero y elaboraba altares para las iglesias.

Don Jacinto cuenta que para hacer una buena guitarra hay que saber escoger la madera, pues hay maderas que suenan y otras que no para finalmente poner en práctica la labor de las manos hábiles del artesano. Por lo regular para el frente de la guitarra se usa madera extranjera como el pino, para la boca se incrusta madera pintada con anterioridad, hechas la tapa y la trastapa se lija el instrumento. Si hay alguna falla se la macilla para luego lijarla por última vez, el brazo de la guitarra se lo hace generalmente de platuquero, y para darle el color se usa cola blanca con agua para las partes más claras, para finalmente charolar y terminarla poniendo las cejas (huesos de res) para colocar las cuerdas, cuyo precio varía según la calidad.

El precio de estas hermosas guitarras varía de \$50,00 una guitarra sencilla y \$300,00 un requinto de excelente calidad. El taller está ubicado en las calles Halfans y Martínez.

### **Madera, Cofres:**

En la ciudad de Baños existen dos artesanos con hábiles manos que construyen pequeños cofres de madera, muy conocidos a nivel provincial debido a su belleza y calidad de elaboración.

Uno de ellos es el Sr. José Viera quien realiza enchapados y tallados, elabora cofres desde sus 11 años y hoy a sus 69 años es muy reconocido debido a sus excelentes trabajos.

Que empiezan con la selección de la madera, para luego realizar una greca (unión de maderas para recortar y unir dando forma al cofre) para luego enchaparlo empezando por los costados, luego los frentes y finalmente la tapa, el precio de los cofres es de \$100,00. Además construye todo tipo de muebles y baños de cajón. El taller elaboración y venta de estos cofres se encuentra en las calles Ambato y Sebastián Baños.

Otro artesano es el Sr. Gonzalo Paredes cuyo taller se encuentra en las calles Rocafuerte y Oscar Efrén Reyes.

### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Ninguno.

### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** las artesanías son usadas como adornos, recuerdos, etc.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Estas artesanías podrían estar dentro de un circuito turístico artesanal, en donde el turista pueda apreciar la forma de elaboración de cada una de ellas.

**4.8.3 Necesidades Turísticas:** Diseño de un circuito turístico artesanal

## **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Poco alterado.

### **5.2 Causas:**

Existen muy pocos artesanos en el sector, la mayoría de ellos han dejado esta labor debido a los altos costos de producción y a las pocas ganancias que se reciben.

## **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

### **6.2 Causas:**

La venta de artesanías ha bajado debido a que muchos objetos son producidos en grandes cantidades en grandes talleres.

## **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno.

**7.4 Transporte:** Automóvil, o bus urbano de la compañía Luna Sánchez

**7.5 Frecuencia:** 15 minutos.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo.

**7.7 Observaciones:** Ninguna.

## **8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

La infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.****9.1 Agua:** Potable.**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.**9.3 Alcantarillado:** Sí existe.**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:** Pasaje Artesanal “Ermita de la Virgen”**10.2 Distancia:** Variable (pocos metros)**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.****11.1 Difusión:** Local.**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha Nº 10

1.5 Nombre del Atractivo: **GASTRONOMIA TIPICA DE BAÑOS.**

1.6 Categoría: Manifestaciones Culturales.

1.7 Tipo: Etnografía.

1.8 Subtipo: Comidas y Bebidas Típicas.



**Foto Nº 10:** Gastronomía de Baños

**Fotografía:** Equipo Técnico.

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud:

2.5 Longitud:

**Guayaba:**

(UTM) 9845690 N

(UTM) 17 0788205 E

**Cañas, Melcochas:**

(UTM) 9845656 N

(UTM) 17 0786623 E

**Caldo de 31:**

(UTM) 9845598 N

(UTM) 17 0786452 E

**Sanduche:**

(UTM) 9845502 N

(UTM) 17 0786023 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

Centro de Baños.

Variable (pocos metros)

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1866 msnm.

**4.2 Temperatura:** 18 ° - 22° C.

**4.3 Precipitación Pluviométrica:** 1400 mm/año.

**4.4 Ubicación del Atractivo.**

La gastronomía típica del cantón se la puede encontrar en todo el recorrido, principalmente en la parte central de Baños, a pocas cuadras del parque central y en la zona de ingreso a Baños desde Riobamba.

**4.5 Descripción del atractivo.**

Baños a más de ser un cantón muy llamativo por su exuberante belleza paisajística, se caracteriza por sus platos y bebidas típicas. Más de 80 restaurantes satisfacen los gustos de los paladares más exigentes, con una infinita variedad, los podemos encontrar en distintos lugares de la urbe y en el sector rural.

Así tienen los siguientes como: Melcochas, dulces de Guayaba, bebidas en base de la caña de azúcar, platos tradicionales de camote.

**4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

**Melcochas:** Son dulces elaboradas en base a la panela, la misma que nace del jugo de la caña de azúcar. Este producto artesanal se viene fabricando desde varias décadas atrás; esta típica golosina es el referente gastronómico de Baños y se lo puede encontrar en puestos de venta por toda la ciudad.

**Dulces de Guayaba:** En Baños existen varios sitios donde se elabora estos dulces, uno de ellos pertenecen al Sr. Jerson Salazar, quien los produce desde hace varios años, y que en la actualidad sus productos poseen registro sanitario. Su presentación es diversificada y vistosa en varias formas como: guitarras, corazones, bocaditos. Son comercializados al por mayor y menor a diferentes puntos del país como Baños, Ibarra, Santo Domingo, Cuenca, Loja, Macas, Ambato, Los Ríos, Guayas.

Se elaboran otros dulces y productos como: manjar de leche, mermelada de guayaba, jalea. Para su elaboración se utiliza alrededor de 100 cajas de guayaba madura, se la cocina para posterior a ello extraer su pulpa, se la coloca en una paila con azúcar para su cocción durante 4 horas hasta que llegue se punto, dependiendo el tipo de presentación se lo saca y coloca en envases y como último paso se lo decora.

**Jugo de Caña:** Es el extracto de la caña de azúcar, el mismo que se lo obtiene por medio de pequeños trapiches o molinos y que se lo sirve acompañado de hielo, jugo de limón o mandarina.

**Caldo de Gallina:** Es un licor elaborado antiguamente por la familia Guevara; su preparación es un secreto, la que se dice estar compuesta por aguardiente de caña, macerado con gallinas y varias especies de frutas y plantas exóticas de la zona. Se lo puede encontrar en el famoso kiosco del Gringo Coca.

**El Sánduche:** Esta bebida es considerada como un delicioso cóctel, el cual esta preparado con el aguardiente o puro, mezclado con jugo fresco de caña o guarapo; su nombre se debe a que primero se le pone una medida de jugo, luego una de aguardiente, otra de jugo y como condimentos jugo de limón o mandarina y el sánduche está listo.

**Camote:** Es un tubérculo similar a la papa que se lo cultiva en diferentes lugares del Cantón, el mismo que se lo prepara en el típico caldo de carne, acompañado de arroz, o en el tradicional caldo de 31, jugo de carne y ensaladas, o frito con diversas combinaciones. También es utilizado para la elaboración de exquisitas tortas. Por ser este un producto poco

conocido, si usted quiere probarlo, debe hacerlo bajo pedido en cualquiera de los restaurantes.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Los platos y dulce típicos se los puede degustar al llegar al cantón Baños y los precios de cada uno de ellos son variables como por ejemplo las 6 unidades cuesta \$1, los dulces de guayaba van desde los \$0.07 hasta \$1 al por mayor, jugo de caña el litro \$0.50, Sánduche vaso \$ 0.50, Caldo de 31 con camote \$ 1.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Uso Actual:** Degustación de los platos y bebidas típicas por parte de los visitantes y turistas que llegan a Baños.

**4.8.2 Uso Potencial:** Ahora que está de moda el poder participar de la vida de las comunidades, es factible participar en la preparación de los deliciosos platillos y así conocer más de la vida de la gente del cantón.

**4.8.3 Necesidades:** Actualmente la gastronomía de baños más conocida es la elaborada a base de caña, sería bueno promocionar más los platos elaborados a base de camote ya que forma parte de su tradición culinaria y ya muy pocas personas los preparan.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Poco Alterado

**5.2 Causas:**

Debido a que algunos de los platos típicos tienen poca difusión, y otros están siendo sustituidos por dulces elaborados a base de productos procesados como saborizantes artificiales.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Conservado.

**6.2 Causas:**

Debido a que el cantón se está desarrollando turísticamente, las áreas urbanísticas están conservadas.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno

**7.4 Transportes:** Automóvil o Bus Urbano.

**7.5 Frecuencia:** Cada 5 minutos.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo.

**7.7 Observaciones:** Ninguna.

### **8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

Infraestructura turística existente en el cantón Baños.

### **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Si existe.

### **10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

**10.1 Nombre del atractivo:** Parque Sebastián Acosta.

**10.2 Distancia:** Variable.

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.**

11.1 Difusión: Nacional.

**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

VARIABLE	FACTOR	PUNTO S
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		52

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía III

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha Nº 11

1.2 Nombre del Atractivo: **BAÑOS POR LA NOCHE.**

1.3 Categoría: Manifestaciones Culturales.

1.4 Tipo: Acontecimientos Programados

1.5 Subtipo: Eventos nocturnos.



**Foto Nº11:** Baños por la noche

**Fotografía:** Equipo Técnico.

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845560 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0787012 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 43,36 km

Centro de Baños.

3,36 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1742 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 14 ° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 706 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Los bares y discotecas del cantón Baños se encuentran en el centro de la parroquia en una zona denominada Rosa ya que está copada de los mismos.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

Baños en la actualidad cuenta con una Zona Rosa en donde más de 30 peñas, bares, Discotecas y otros establecimientos de sana fiesta regalan al turista un ambiente divertido y seguro.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

Ninguno.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

El costo varía según el bar o discoteca que se visite.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Uso Actual:** Diversión y entretenimiento.

**4.8.2 Uso Potencial:** Diversión y entretenimiento.

**4.8.3 Necesidades:** Ninguna.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

#### **5.2 Causas:**

En Baños existen varios bares y discotecas que se encuentran en constante renovación y que ofrecen diversión, a quienes deseen salir a farrear.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Conservado.

#### **6.2 Causas:**

La vida nocturna de Baños y su diversión no afecta el entorno.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Buena.

**7.4 Transporte:** Automóvil, chiva.

**7.5 Frecuencia:** Cada 5 minutos.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo

**7.7 Observaciones:** La fiesta se enciende desde las 8 de la noche hasta las 4 de la mañana.

### **8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Infraestructura turística existente en el Baños.

### **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Si existe.

### **10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

**10.1 Nombre del atractivo:** Gastronomía.

**10.2 Distancia:** Variable (pocos metros).

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

### 11.1 Difusión: Local.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICAD O	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50

## 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha Nº 12

1.2 Nombre del Atractivo: **DOWNHILL.**

1.3 Categoría: Manifestación Cultural.

1.4 Tipo: Acontecimientos Programados.

1.5 Subtipo: Deportes Extremos.



**Foto Nº 12:** Downhill

**Fotografía:** Agencia Geotours

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 984439 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0787565 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 50 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2347 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C – 22° C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año

4.4 Ubicación del Atractivo.

Este deporte extremo se practica en varios cerros del Cantón Baños, destacándose el sendero del mirador de Ventanas, ubicado en el sector de Runtún a 20 minutos aproximadamente en vehículo.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

Downhill es una actividad que consiste en recorrer terrenos escarpados, llenos de obstáculos con bicicletas de ruedas especiales y mucho ingenio para sortear el terreno irregular y la vegetación del camino.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

En el cantón Baños el downhill es un deporte que se lo practica periódicamente, especialmente en el mes de Diciembre; la gran mayoría de veces se lo realiza en el sendero del Mirador de Ventanas, el cual es de carácter competitivo internacional. El cual fue utilizado para el campeonato panamericano de bicicleta de montaña realizado en el año 2003. Equipo: casco, dainnesse, gafas, guantes, rodilleras y una bicicleta de ruedas especiales.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Ninguno.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** Este deporte lo practican por distracción y entretenimiento.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Se pueden realizar torneos de downhill con mayor eventualidad.

**4.8.3 Necesidades Turísticas:** Apertura de más senderos con estudios de capacidad de carga para este tipo de deporte y señalética que permita llegar a los mismos.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Sin intervención

#### **5.2 Causas:**

A pesar de que no se lo practica formalmente en fechas y lugares exactos es una actividad muy conocida a nivel internacional y cuando se la realiza muchas personas acuden a observarla o practicarla.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

#### **6.2 Causas:**

El sendero del Mirador de Ventanas fue afectado por la erupción del volcán Tungurahua y adicionalmente no ha tenido un mantenimiento continuo, reflejado en el estado del sendero. Actualmente se está en un proceso de recuperación.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Sendero.

**7.3 Estado de Vía:** Buena.

**7.4 Transporte:** Automóvil, o el bus particular de la Compañía Luna Sánchez que va a Runtún.

**7.5 Frecuencia:** Cada hora.

**7.6 Temporalidad de acceso:** De lunes a domingo.

### **8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

La infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

### **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado

**9.3 Alcantarillado:** Sí existe.

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:** Mirador de Bellavista.**10.2 Distancia:** 3,72 km**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.****11.1 Difusión:** Internacional.**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		56

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía III

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha N° 13

1.5 Nombre del Atractivo: **ESCALADA DEPORTIVA.**

1.6 Categoría: Manifestación Cultural

1.7 Tipo: Acontecimientos Programados.

1.8 Subtipo: Deportes Extremos.



**Foto N° 13:** Escalada en roca volcánica  
**Fotografía:** Ministerio de Turismo, Sierra Centro

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845870 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0785587 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1811 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C – 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

La escalada deportiva se la realiza en algunos lugares dentro del Cantón Baños, la escalada en roca volcánica se practica en tres lugares: San Francisco, Inés María y en la Matriz – Lligua.

A todos estos lugares se puede acceder en vehículo, y luego caminar senderos cortos para llegar al lugar de la escalada. La escalada en pared artificial se practica en un solo lugar en Baños, en la Operadora Córdova Tours, ubicada en la parroquia matriz a 8 cuadras del parque central en el sector El Recreo.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

La escalada deportiva es una práctica que se desprende del andinismo, en el Ecuador se desarrolló desde los años 80. Hay dos tipos de escalada deportiva, la primera es la escalada en roca y la segunda en pared artificial.

En ambas prácticas el deportista utiliza solo sus pies y manos para ascender y descender.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

**La Escalada en roca:** Tiene elementos técnicos de montañismo pero no se limita a las montañas de los Andes ecuatorianos. El objetivo central de este fabuloso deporte es escalar paredes de roca utilizando sólo los pies y manos para desplazarse.

Hay dos tipos: la tradicional o escalada libre y la deportiva que se practica sobre rutas previamente equipadas con Bolts o "Chapas" (seguros atornillados en las rocas). La altura a escalar varía dependiendo del lugar pero se da un aproximado de 20 metros.

Para que las operadoras de turismo legalmente registradas puedan ofrecer esta actividad al turista deben cumplir con los siguientes requisitos: un guía calificado y bilingüe, rutas equipadas y seguras y un botiquín de primeros auxilios. Se realizará previamente una charla de seguridad en la que se explicará como se debe manejar un ocho, una cinta Express y como se debe caer.

El equipo que se necesita está compuesto por 2 arnés de cintura y uno de pecho aprobadas, 2 cascos, un ocho, 4 cordinos, 15 cintas Express, 4 mosquetones, zapatos de escalada, una cuerda de 50 metros (10,5 mm), bolsa para magnesio.

El costo es de \$30,00 por persona y éste incluye transporte, refrigerio, equipo personal y guía.

**La escalada en pared artificial:** Se la practica en un sólo lugar en Baños, ubicado en el sector El Recreo a 8 cuadras del centro de Baños, perteneciente a la agencia Córdova Tours. Esta práctica se la realiza los días lunes, miércoles, viernes y sábados en horarios de 15h00 a 18h00, en la cual hay un muro artificial de 14,2 metros de altura elaborado bajo normas de competencia.

En la cual además de realizar la práctica tradicional de ascenso y descenso sirve para realizar una práctica previa al canyoning. Este muro artificial tiene además desafíos para los deportistas; entre ellos un tronco, escalera china, red, una tirolínea de 60 metros.

El lugar cuenta además con cafetería, cabaña modelo, servicio de hospedaje, vestidores, duchas y espacios verdes para recorrer en un entorno de 3700 m<sup>2</sup>. Además de instructores de planta que ayudan al turista para realzar esta actividad con toda la seguridad del caso.

Equipo: arnés, mosquetones, un 8 (descensor), cuerda, zapatos de pie de gato, funda de magnesio.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Para realizar esta actividad se debe contratar una operadora que ofrezca esta práctica la cual se encargará de ver un guía capacitado y el equipo necesario.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** Este deporte lo practican por distracción y entretenimiento.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Se puede realizar varios torneos o competencias en este tipo de deporte.

**4.8.3 Necesidades Turísticas:** Readecuación de los senderos que conducen al sitio donde se practica este deporte y señalización.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

#### **5.2 Causas:**

No son muchas las agencias y operadoras que ofertan esta práctica pero se la realiza con mucha seguridad y experiencia por quienes instruyen a los turistas.

### **6. ENTORNO**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro

#### **6.2 Causas:**

Los lugares donde se realiza esta práctica están algo alterados debido a los desechos que se encuentran en los senderos de ingreso a ellos. En cuanto a la escalada en pared artificial el entorno es perfecto y el lugar es ideal para realizarlo y visitarlo.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Regular.

**7.4 Transporte:** Automóvil o bus urbano.

**7.5 Frecuencia:** 15 minutos.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo.

**7.7 Observaciones:** Ninguna.

### **8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

La infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

### **9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** No Existe.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado

**9.3 Alcantarillado:** No existe.

### **10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

**10.1 Nombre del atractivo:** Tarabita San Martín.

**10.2 Distancia:** 0,83 km.

### **11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.**

**11.1 Difusión:** Internacional.

**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		52

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía III

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha N° 14

1.2 Nombre del Atractivo: **CANOPY.**

1.3 Categoría: Manifestación Cultural.

1.4 Tipo: Acontecimientos Programados.

1.5 Subtipo: Deportes Extremos.



Foto N° 14:

Canopy, tarabita San Martín

**Fotografía:** Familia Mosquera.

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845778 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0785288 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 40 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1854 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C – 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

#### **4.4 Ubicación del Atractivo**

El Canopy se lo puede realizar en la Matriz – Lligua, en el encañonado de San Martín, frente a la cascada Inés María, en la tarabita San Martín, perteneciente a la familia Mosquera, ubicado a 5 minutos del centro de Baños. Se puede llegar en cualquier vehículo o en el bus urbano que accede hasta el Zoológico San Martín, para luego caminar aproximadamente 10 minutos hasta el Canopy.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

Consiste en lanzarse de una pendiente usando un cable con una polea, el movimiento lo determina la gravedad, dependiendo de la distancia y el ángulo. Se requieren instalaciones adecuadas siendo el encañonado de San Martín el más recomendado para realizarlo debido a su construcción y a los equipos empleados.

La velocidad es de 60 a 70 km/h y dura de 12 a 15 segundos, lo pueden practicar personas desde los 8 años hasta los 82 años, revisando previamente su estado de salud.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

**Cascada Inés María:** Esta cascada está formada por las aguas del río Pastaza, a la cual se puede llegar caminando aproximadamente 20 minutos. Es una hermosa cascada que llama la atención de todos los turistas que la visitan.

**Encañonado y puente de San Martín:** Formado de roca basáltica con una longitud aproximada de 2 kilómetros, inicia en el sitio denominado el Castrejón y culmina con la formación de la cascada de Inés María, pasando por una vista impresionante que nos brinda el tradicional puente de San Martín.

**Tarabita de San Martín:** Esta ubicada sobre el río Pastaza, a 100 metros del ecozoológico junto a la entrada de la cascada Inés María en el sector de San Martín vía a Lligua.

**Canopy:** Es de propiedad de la familia Mosquera desde hace un año, el cual se ha ido perfeccionando con la ayuda de ingenieros de modo que el turista se sienta seguro al realizarlo. Se lo practica de dos maneras: el tradicional que es sentado cuyo costo es de \$3,00 por persona; y el de pecho o superman cuyo costo es de \$5,00 por persona. Adicional \$ 1,00 de la tarabita.

El equipo es arnés integrado de piernas y cintura, casco, polea enganchada 4 mosquetones y cable de acero, para el Canopy de pecho adicionalmente se necesita un arnés integral de pecho y 8 mosquetones. Se lo realiza con una frecuencia de 300 personas por semana en temporada alta y de 50 a 100 personas en temporada baja.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

El Canopy se lo realiza de lunes a domingo durante todo el día de 8h00 a 17h00.

Contactos: 084150713

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** El Canopy se lo realiza por diversión.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Se lo puede implementar en otros sitios naturales con belleza natural.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

**5.2 Causas:** Esta actividad tiene un año de funcionamiento y cumple con todos los requerimientos necesarios para la seguridad del turista, además de estar en pleno apogeo.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Conservado

**6.2 Causas:** El entorno está bien conservado, no existe ningún tipo de contaminación debido a que los dueños se encargan de su mantenimiento y limpieza.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado

**7.3 Estado de Vía:** Regular

**7.4 Transporte:** Automóvil, o bus urbano.

**7.5 Frecuencia:** 15 minutos.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo

**7.7 Observaciones:** Ninguna.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS

La infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Sí existe.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

**10.1 Nombre del atractivo:** Escalada en roca.

**10.2 Distancia:** 0,83 km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

**11.1 Difusión:** Provincial.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTO S
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		48

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES

1.1 Ficha Nº 15

1.2 Nombre del Atractivo: TREEKING.

1.3 Categoría: Manifestaciones Culturales.

1.4 Tipo: Acontecimientos Programados.

1.5 Subtipo: Deportes Extremos.

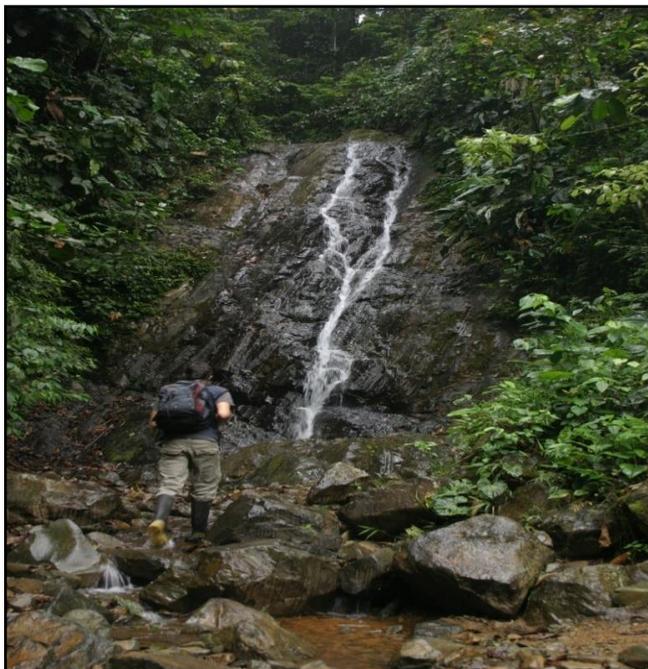


Foto Nº 15: Treeking

Fotografía: Ministerio de Turismo, Sierra Centro

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9844392 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0787565 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 46 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 2347 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C – 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

Esta actividad se practica en varios cerros del Cantón Baños, destacándose el sendero del mirador de Ventanas, ubicado en el sector de Runtún a 20 minutos en vehículo.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

Baños es un valle rodeado de montañas, lleno de senderos y hermosos lugares para realizar esta actividad. Pero a más de eso esta ciudad por estar localizada en el centro del país es el sitio perfecto como campo base para las caminatas y ascensiones en diferentes montañas y otros sitios del Ecuador como: El Camino del Inca, el Carihuairazo, Cotopaxi, Chimborazo, Ilinizas, Quilotoa, Llanganates, la Amazonía, etc., para lo que se recomienda acercarse a contratar un tour, en cualquiera de las Agencias Operadoras del cantón.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

**Treeking de Lobo.-** Este recorrido dura 3 días, se parte desde el sendero de Runtún recorriendo escenarios como lagunas de páramo en donde se realiza pesca deportiva, parte de los páramos del Altar y hasta llegar a Palitahua o al sector de la Chamana, durante este recorrido se observará variedad de aves como el platero rojo, carpintero, sichas, pava del monte, águilas blancas, colibríes.

En cuanto a mamíferos se puede observar animales como el sachacuy, lobos, tigrillo o gato montes, guarros, perdiz de páramo, quinde, golondrinas, oso de anteojos, shichas azules, marrajos, tapir de montaña.

Además de este treeking existen varios senderos en Baños para que los turistas puedan convivir con la naturaleza y recorrer sus atractivos paisajes

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Para realizar estos recorridos de debe contactar con una de las agencias u operadoras de turismo del cantón Baños.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** Esta actividad se la práctica por distracción y entretenimiento, observación de fauna y flora típica, observación de aves, etc.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Fotografía, relax, visita a emprendimientos de la gente de Baños.

**4.8.3 Necesidades Turísticas:** Realización de circuitos para este tipo de actividad.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Sin intervención.

#### **5.2 Causas:**

A pesar de que no se lo práctica muy frecuentemente es una actividad muy conocida a nivel nacional.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

#### **6.2 Causas:**

Algunos senderos para acceder a los sitios de destino no han tenido un mantenimiento continuo, reflejado en el estado del sendero.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Sendero.

**7.3 Estado de Vía:** Buena.

**7.4 Transporte:** Automóvil, o el bus particular de la Compañía Luna Sánchez que va a Runtún.

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** De lunes a domingo.

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

La infraestructura turística existente en el Cantón de Baños.

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.**

**9.1 Agua:** Entubada.

**9.2 Energía Eléctrica:** No existe.

**9.3 Alcantarillado:** No existe.

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.**

**10.1 Nombre del atractivo:** Mirador de Bellavista.

**10.2 Distancia:** 3,72 km.

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.**

**11.1 Difusión:** Nacional.

**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

VARIABLE	FACTOR	PUNTO S
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		48

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

### 1.1 Ficha Nº 16

1.2 Nombre del Atractivo: ECO ZOOLOGICO "SAN MARTIN".

1.3 Categoría: Manifestaciones Culturales.

1.4 Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas.

1.5 Subtipos: Zoológico y acuario



Foto Nº 16: Eco zoológico San Martín  
Fotografía: Equipo técnico

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845860 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0785422 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 43,95 km.

Centro de Baños.

3,95 km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1866 msnm.

4.2 Temperatura: 18 ° - 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

Se halla ubicado en el sector San Martín, camino a Lligua.

4.5 Descripción del atractivo.

El Eco zoológico San Martín le ofrece la oportunidad de conocer, mirar, sentir el fascinante mundo de la fauna ecuatoriana. El parque Zoológico no recibe fondos de gobierno ni municipio. Todo el dinero está destinado para el mantenimiento y alimentación en general proviene únicamente de los turistas. El zoológico trabaja bajo las siguientes bases fundamentales que son: Educación, Conservación, Protección, Exhibición, Investigación y Reproducción. Abarca 50 especies, y 250 animales. El principal objetivo del zoológico es

trabajar por la recuperación y bienestar de las especies, ya que muchas de ellas se encuentran en peligro de extinción.

Realiza programas de Educación y Conservación, están dirigidos a los niños y adultos. El zoológico abre sus puertas a estudiantes de universidades, colegios y organizaciones para que realicen sus pasantías, investigación y voluntarios en las diferentes especialidades afines al zoológico. Al lugar llegan miles de turistas nacionales y extranjeros. Cuenta con servicio de guianza durante el recorrido del zoológico.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman**

El Eco zoológico San Martín abre sus puertas en Enero de 1993 tras 4 años de construcción, cuyo principal objetivo fue dar albergue a las especies del antiguo zoológico de Baños y especies que han sido víctimas del tráfico y maltrato.

#### **Sección Aves:**

Perico Cabecioscuro (*Aratinga weddelli*), Vaquera Gigante (*Molothrus oryzuorus*), Guacamayo Frenticastaña (*Ara severa*), Tucán Andino (*Andigena hypoglauca*), Loro cabeza azul (*Promus menstryus*), Loro Piquirojo (*Pionus sordidus*), Loro Real o Harinosa (*Amazona farinosa*), Loras Coriniamarilla (*Amazon ochrocephala*), Tucán coliblanca (*Ramphastos tucanes*).

#### **Sección Mamífero y Tortugas:**

Mono Ardilla (*Saimir saureus*), Capibaras (*Hydrochaeris hydrochaeris*), Pecari de Collar (Pecari tajacu), Jaguarundi (*Herpailurus pardalis*), Puma (*Puma concolor*), Mapache (Porción cancrivorus), Taira (*Eira barbara*), Chorongo, Guanta de Monte o Sacha Cuy (*Agouti taczanous kii*), Guatusa Negra (*Dasyprocta fuliginosa*), Mono Nocturno, Jaguar (*Panthera onca*), Osos de Anteojos (*Themarratos ornatos*), Tigrillos, Cusumbo (*Poto flavus*), Tortugas Motelo (*Geochelone denticulada*), Monos Arañas (*Areles belzebuth*), Monos Capuchinos, Lobos y Tortugas Galápagos, Ocelote (*Lepardus pardalis*).

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

El Eco zoológico esta abierto de lunes a domingo desde las 08h00 hasta 15h00. El costo de entrada es de \$1.50 adultos, \$ 0.75 niños.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos Actuales:** El zoológico es uno de los atractivos más visitados en el cantón Baños debido a la diversidad de animales que se puede ver.

**4.8.2 Usos Potenciales:** Fotografía, interpretación ambiental que ayude a conocer el estado de conservación de los animales.

**4.8.3 Necesidades Turísticas:** Mayor capacitación a los guías del sitio.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

#### **5.1 Estado: Conservado.**

#### **5.2 Causas:**

Debido a que el eco zoológico se encuentra en constante mantenimiento y renovación ya que los fondos que se percibe por la visita de los turistas está destinada a ello.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Conservado.

#### **6.2 Causas:**

El entorno está constituido por áreas verdes, parte de éstas son remanentes de bosques reforestados por plantas nativas, también se puede observar el cruce del río.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

7.1 Tipo: Terrestre.

7.2 Subtipo: Asfaltado.

7.3 Estado de Vía: Bueno.

7.4 Transporte: Automóvil o Bus.

7.5 Frecuencia: 15 minutos.

7.6 Temporalidad de acceso: Diaria.

7.7 Observaciones: Se recomienda el uso de ropa deportiva para la caminata ya que el recorrido dura alrededor de una hora.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en el cantón Baños.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

9.1 Agua: Potable.

9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado.

9.3 Alcantarillado: Si existe.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Acuario Serpentario y Aves Exóticas "San Martín".

10.2 Distancia: 10 metros.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

11.1 Difusión: Nacional.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	7
SIGNIFICAD O	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		61

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía III

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha Nº 17

1.2 Nombre del Atractivo: ACUARIO, SERPENTARIO Y AVES EXOTICAS "SAN MARTÍN".

1.3 Categoría: Manifestaciones Culturales.

1.4 Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas.

1.5 Subtipos: Zoológicos y acuarios.



Foto Nº 17: Acuario, serpentario y aves exóticas "San Martín"  
Fotografía: Equipo Técnico

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz

2.4 Latitud: (UTM) 9845870 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0785402 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Ambato.

3.2 Distancia: 43,95 km.

Centro de Baños.

3,95 km

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1866 msnm.

4.2 Temperatura: 18 ° - 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1400 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

Se halla ubicado en el sector San Martín, frente al zoológico.

#### 4.5 Descripción del atractivo.

El Acuario Serpentario y Aves Exóticas San Martín, es una alternativa de esparcimiento en donde se puede observar diferentes especies de fauna segmentada en peces, reptiles y aves exóticas que pertenecen en su mayoría a la Amazonía y a la Costa.

Este sitio es privado y el dinero que percibe por la visita de los turistas está destinado para el mantenimiento y alimentación de los animales. La mayoría de las especies que se pueden observar en este sitio han sido donadas de gente que los han tenido como mascotas y otras son producto de incautación del Ministerio del Ambiente.

Existen aproximadamente alrededor de 40 especies en el acuario. El objetivo primordial de este sitio es dar a conocer este tipo de fauna poco conocida. Cuenta con servicio de guianza.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman.

El acuario serpentario funciona desde hace 9 años se distribuye en varias secciones como:

**Sección Acuario:** Pirañas, cachamas (Tetra medallón), Tilapia (Kiy japones), Gobio (Tetra liena), Mandanna, Cachacama negra, Pakas (Kolosomo macropa).

**Sección Serpentario:** Boa arco iris (Epicrates chenchiria), Chonta tigre (Sapilotes grandisannis), Equis Panchona barba amarilla (Bothrops asper), Falsa Cobra (Tan Kanapi), Equis pachona (Bothrops ranthogrammus), Boa constrictor (Constrictor boa).

**Sección Aves:** Faisan común (Phasianus colchius), Agapornis cara de melocotón (Agapornis personata), Faisan Dorado (Chrysophus pictus), Faisan plateado (Lophura nycthemera), Periquitos australianos (Melopsittacus undulatus), Diamante mandarín (Paephila guttata), Alondras Agapornis (Agapornis roseicelis), Canario (Serinus canarius), Cacatúa ninfa (Nymphais hollandicus), Avestruces (Striuthis camelos), Flamings rosados, pavo real azul (Pavo cistratus).

**Sección Reptiles:** Caimán (Paleosuchus paleosuchus), Caimán blanco (caiman crocodylus), Iguana.

#### 4.7 Permisos y Restricciones.

El Acuario está abierto de lunes a domingo desde las 07h00 hasta 18h00. El costo de entrada es de \$1 Adultos, \$ 0.50 niños.

#### 4.8 Usos.

**4.8.1 Uso Actual:** La mayoría de los turistas que visitan el zoológico de Baños se interesa por conocer este sitio en forma masiva. Realizándose recorridos, observación de la fauna insitu, y fotografía.

**4.8.2 Uso Potencial:** Diseñar un centro de interpretación que ayude a los visitantes a conocer el papel que cumple cada uno de las especies que posee el lugar, su importancia en la naturaleza y la importancia de conservarlos.

**4.8.3 Necesidades:** Rótulos de publicidad del lugar.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.

**5.1 Estado:** Sin intervención.

#### 5.2 Causas:

Debido a que el acuario se encuentra en constante mantenimiento al ser un sitio privado.

### 6. ENTORNO.

**6.1 Entorno:** Conservado.

#### 6.2 Causas:

El entorno está constituido por áreas verdes y junto a este sitio se halla el zoológico.

## 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno.

**7.4 Transporte:** Automóvil o Bus Urbano.

**7.5 Frecuencia:** Cada 5 minutos.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo.

**7.7 Observaciones:** Se recomienda el uso de ropa deportiva para la caminata. El lugar cuenta con guías.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en el cantón Baños.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Si existe.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

**10.1 Nombre del atractivo:** Eco zoológico "San Martín".

**10.2 Distancia:** 0,10 Km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

**11.1 Difusión:** Local.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	7
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		49

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía II

**1. DATOS GENERALES.****1.1 Ficha N° 18****1.2 Nombre del Atractivo:** ENCAÑONADO DE SAN MARTÍN.**1.3 Categoría:** Sitio Natural.**1.4 Tipo:** Río**1.5 Subtipo:** Encañonado.

**Foto N° 34:** Encañonado de San Martín  
**Fotografía:** Equipo técnico

**2. UBICACIÓN.****2.1 Provincia:** Tungurahua.**2.2 Cantón:** Baños.**2.3 Parroquia:** Baños.**2.4 Latitud:** (UTM) 9845633 N**2.5 Longitud:** (UTM) 17 0785245 E**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.****3.1 Nombre del poblado:** Baños centro.**3.2 Distancia:** 2 Km.**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.****4.1 Altitud:** 1822 m.s.n.m.**4.2 Temperatura:** 16 °C.**4.3 Precipitación Pluviométrica:** Menor a 1000 mm/año.

#### **4.4 Ubicación del Atractivo.**

El encañonado se encuentra camino hacia la parroquia Lligua, desde el ingreso a Baños tomando a mano izquierda, a 2 km del centro de Baños, en el barrio Pititig.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

Es una formación rocosa que ha tenido lugar debido al paso del río Pastaza a través de miles de años, está formado de roca basáltica con una longitud de 2 Km. de largo por 100 m. de alto, aproximadamente; inicia en el sitio denominado el Castrejón y culmina con la formación de la cascada de Inés María.

Desde el puente de San Martín se observa claramente el recorrido del río Pastaza, a manera de un gran canal de agua muy caudalosa.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

Al observarlo sobre el puente de San Martín, se escucha el fuerte bramido de los saltos de agua, además sus paredes rocosas producen un fuerte eco. Es interesante observar como el río Pastaza ha construido el lugar solo con el paso del agua.

Se pueden observar especies de cabuya (*Agave americana*), chilca (*Bacharis sp*), retama (*Spartium junceum*), una variedad de poáceas, helechos, supirrosas (*Lantana cámara*).

Es muy fácil observar a los gallinazos (*Cathartes aura ruficollis* y *Coragyps atratus*), mirlos (*Turdus chiguango*) y quílicos (*Falco femoralis*) en la zona.

En el sector de El Castrejón, se realizan actividades de canopy y escalada en roca, así como el paso en la Tarabita de San Martín sobre el río Pastaza.

#### **.7 Permisos y Restricciones.**

Se recomienda arrojar la basura al encañonado, pues es de conocimiento que gracias a este se produce la cascada Inés María, la cual se ve contaminada por esta razón.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos actuales:** En lugar se practica canopy y se presta el servicio de tarabita.

**4.8.2 Usos potenciales:** El lugar se puede destinar como mirador.

**4.8.3 Necesidades:** Letreros de interpretación ambiental.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Poco alterado.

**5.2 Causas:**

Debido al proceso eruptivo del volcán Tungurahua, los desechos y productos de los lahares llegan al río Pastaza contaminándolo.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

**6.2 Causas:**

Existe contaminación en el sector y pérdida de flora nativa.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Bueno.

**7.4 Transporte:** A pie, cualquier tipo de vehículo o se puede tomar el bus urbano de la cooperativa "Luna Sánchez" (\$0,20) hasta el zoológico de San Martín y luego caminar hasta el lugar, taxi (\$1).

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año.

**7.7 Observaciones:** Se recomienda llevar ropa y zapatos cómodos para caminar.

## 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Infraestructura turística existente en el Cantón Baños.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.1 Agua:** Potable.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Red pública

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

### 10.1 Nombre del atractivo:

Cascada Inés María.

Eco zoológico San Martín.

Canopy.

### 10.2 Distancia:

500 m.

100 m.

200 m.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

**11.1 Difusión:** Local.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía I

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha N° 19

1.2 Nombre del Atractivo: TERMAS DE EL SALADO.

1.3 Categoría: Sitio Natural.

Manifestación Cultural.

1.4 Tipo: Aguas subterráneas.

Realizaciones técnicas y científicas.

1.5 Subtipo: Aguas termales.

Obras técnicas.



Foto N° 19: Termas de “El Salado”

Fotografía: José Luis Coba

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9844548 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0785740 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Baños Centro.

3.2 Distancia: 2 Km.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1928 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 19,5 °C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: menor a 1000 mm/año.

#### **4.4 Ubicación del Atractivo.**

Las termas “El Salado” se ubican en la vía Baños – Ambato, tomando la Avenida de El Salado a 2 km de la ciudad, al margen del río Bascún.

#### **4.5 Descripción del atractivo.**

Las termas “El Salado se encuentran cruzando el puente sobre el río Bascún, está formada por 5 piscinas: 3 piscinas pequeñas de aguas termales, una piscina grande con temperatura de 52°C y una piscina de agua fría.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

Las termas están formadas por 5 piscinas, 4 de ellas son de aguas termales cuyos componentes son sodio, potasio, bicarbonato de magnesio, hierro y calcio, las cuales son usadas para curar enfermedades relacionadas con problemas de articulaciones, reumatismo, etc.

Las instalaciones cuentan con vestidores, duchas, bar, local para venta y alquiler de ternos de baño y boyas.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Las termas prestan sus servicios de lunes a domingo de 4h00 a 17h00. Adultos pagan \$1,60 y niños \$0,80.

#### **4.8 Usos**

**4.8.1 Usos actuales:** las termas son usadas como balneario y sus aguas como un tipo de medicina alternativa, debido a sus propiedades curativas.

**4.8.2 Usos potenciales:** en el lugar se pueden realizar actividades culturales en fiestas de la ciudad ya que se cuenta con la infraestructura,

**4.8.3 Necesidades turísticas:** destinar horarios de limpieza y mantenimiento.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

#### **5.2 Causas:**

Las termas son alimentadas por agua de vertientes naturales las cuales son conservadas debido a sus beneficios.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

#### **6.2 Causas:**

El agua de las piscinas se elimina hacia el río Bascún el cual es contaminado, además de que el lugar es afectado directamente por el volcán Tungurahua ya que se producen aluviones en el sector.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

(\$0,20), o taxi (\$2)

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año.

**7.7 Observaciones:** Para acceder al sitio se debe llevar traje de baño, sandalias, toalla y bloqueador solar.

### **8. FACILIDADES TURÍSTICAS**

Infraestructura turística existente en el Cantón Baños.

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA****9.1 Agua:** Entubada.**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado**9.3 Alcantarillado:** Red pública**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS****10.1 Nombre del atractivo:**

Toboganes de Nahuazo.

Río Bascún.

**10.2 Distancia:**

3 Km.

10 m

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO****11.1 Difusión:** Nacional.**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		43

**13. JERARQUIZACIÓN**

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES

### 1.1 Ficha Nº 20

1.5 Nombre del Atractivo: TERMAS DE LA VIRGEN.

1.6 Categoría: Sitio Natural. Manifestación cultural.

1.7 Tipo: Aguas Subterráneas. Realizaciones técnicas y científicas.

1.8 Subtipo: Aguas termales. Obras técnicas.



Foto 20: Termas de la Virgen

Fotografía: Equipo Técnico

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños.

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845222 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0787380 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado: Baños centro.

3.2 Distancia: 500 m

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 1806 m.s.n.m.

4.2 Temperatura: 18 - 22 °C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: menor a 1000 mm/año

### 4.4 Ubicación del Atractivo

En la ciudad de Baños, en las calles Luis Martínez y Montalvo, al pie de la Cascada Cabellera de la Virgen

#### **4.5 Descripción del atractivo**

Las termas de la Virgen conocidas como “Fuentes milagrosas” debido a que en el año de 1773 luego de la erupción dejaron de brotar hasta que la gente salió en procesión con la Virgen del Rosario de Agua Santa.

Igual que luego del terremoto de 1949, pero la gente del sector tan ferviente y confiada de sus termas tan milagrosas para curar enfermedades como la fe sus devotos.

Consta de dos pisos y está formada por 4 piscinas de uso múltiple, vestidores, baños, bar, duchas naturales, casilleros para la ropa y espacios para el descanso y disfrute de sus visitantes. En las noches se abre una pequeña parte de la piscina para personas que deseen pasar un momento agradable y conocer gente nueva.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman**

Las Termas de la Virgen están formadas por una construcción de dos pisos y cuatro piscinas, tres de aguas termas alimentadas por vertientes naturales cuya temperatura es de 54°C y son de color amarillo debido a que contienen calcio, sodio, sílice, potasio, anhídrido carbónico, azufre y magnesio. Posee una piscina de agua fría para combinar el baño entre estas dos temperaturas extremas.

Muchas personas visitan las piscinas con fines curativos, ya que las aguas termas son buenas para curar enfermedades como el reumatismo, problemas de articulaciones, enfermedades de la piel, problemas de esguinces o fracturas.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

El horario de atención es de lunes a domingo desde 04:00 a 17:00 y en la noche de 18:00 a 22:00. Adultos pagan \$1,60 y niños de 5 años en adelante \$0,80, e incluye el uso de todas las instalaciones. Antes de entrar a las albercas, el turista debe ducharse y utilizar terno de baño.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos actuales:** Se usa como balneario.

**4.8.2 Usos potenciales:** El fin de la construcción es para un balneario sin embargo se podría combinar con otros servicios que le den un servicio adicional instalando áreas de spa para masajes y relajación de los visitantes.

**4.8.3 Necesidades turísticas:** Destinar un horario para la limpieza de las piscinas.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** Conservado.

#### **5.2 Causas:**

El agua de las vertientes de agua termas siguen favoreciendo el uso de las piscinas, su caudal es constante y sus beneficios medicinales muy atractivos

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** Conservado.

#### **6.2 Causas:**

El pago del valor de ingreso ayuda a que se de mantenimiento continuo de las piscinas.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Asfaltado.

**7.3 Estado de Vía:** Buena.

**7.4 Transporte:** A pie o en cualquier tipo de vehículo

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año.

**7.7 Observaciones:** Se recomienda llevar traje de baño, sandalias y bloqueador solar

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

Infraestructura turística existente en el Cantón Baños

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**9.1 Agua:** Entubada

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado

**9.3 Alcantarillado:** Sí existe

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVO**

**10.1 Nombre del atractivo:**

**10.2 Distancia:**

Iglesia de Nuestra Señora de Agua Santa.

400 m.

Cascada Cabellera de la Virgen.

20 m.

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.**

**11.1 Difusión:** Nacional.

**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50

**13. JERARQUIZACIÓN.**

Jerarquía II

## 1. DATOS GENERALES.

1.1 Ficha Nº 21

1.2 Nombre del Atractivo: CASCADA DE BASCÚN.

1.3 Categoría: Sitio Natural.

1.4 Tipo: Río

1.5 Subtipo: Cascada.



Foto Nº 21: Cascada de Bascún  
Fotografía: José Luis Coba

## 2. UBICACIÓN.

2.1 Provincia: Tungurahua.

2.2 Cantón: Baños

2.3 Parroquia: Matriz.

2.4 Latitud: (UTM) 9845992 N

2.5 Longitud: (UTM) 17 0786484 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: Baños centro.

3.2 Distancia: 780 m.

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud: 1889 msnm.

4.2 Temperatura: 18°C - 22° C.

4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 mm/año.

4.4 Ubicación del Atractivo.

La cascada de Bascún se encuentra cruzando el puente de San Francisco, tomando hacia la izquierda y siguiendo un sendero a pie.

#### 4.5 Descripción del atractivo.

La cascada es alimentada por las aguas del Rio Bascún, debido a esto toma este nombre, su caída es de aproximadamente 35 metros.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman.  
La cascada se abre paso sobre rocas volcánicas. La biodiversidad del sector está representada por:

**Flora:** Sacha chocho (*Lupinus sp*), kikuyo (*Pennisetum clandestinum*), chamana (*Dodonea viscosa*), cabuya (*Agave americana*), pino (*pinus radiata*), retama (*Spartium junceum*), etc.

**Fauna:** Ratas y ratones (*Mus musculus*), (*Rattus rattus*), lagartija (*Pholidobolus montium*), gorrión (*Authus bogotensis*), quilicos (*Falco femoralis*), guarros (Falcónidos), gallinazos (*Coragyps atratus*), etc.

4.7 Permisos y Restricciones.  
No se necesita ningún permiso para acceder al lugar.

#### 4.8 Usos.

**4.8.1 Uso Actual:** actualmente se lo usa como mirador.

**4.8.2 Uso Potencial:** en el sector se podrían realizar caminatas, fotografía, observación de flora y fauna y recuperación de los espacios intervenidos.

**4.8.3 Necesidades:** mejoramiento y mantenimiento de senderos, además de la construcción de una infraestructura que favorezca la seguridad de los turistas.

### 5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.

**5.1 Estado: Deteriorado.**

**5.2 Causas:**

La cascada es un medio de desfogue de aguas servidas, además existe mucha contaminación

### 6. ENTORNO.

**6.1 Entorno:** en proceso de deterioro

**6.2 Causas:**

Se está perdiendo la biodiversidad del sector debido a la introducción de especies exóticas como el pino, además de que existe contaminación ya que los habitantes del sector y los visitantes arrojan desechos al medio.

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Sendero

**7.3 Estado de Vía:** Regular.

**7.4 Transporte:** A pie.

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Lunes a Domingo

**7.7 Observaciones:** El recorrido hacia la cascada depende del estado físico y necesidades del turista, se recomienda llevar ropa y zapatos cómodos para la caminata y agua para beber.

**7.8 Requerimientos:** Pictograma.

### 8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Sí existe.

### 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Pozo séptico.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Mirador ojos del pueblo.

10.2 Distancia: 2 km.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

11.1 Difusión: Provincial.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTO S
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24

## 13. JERARQUIZACIÓN.

Jerarquía I

## 1. DATOS GENERALES

### 1.1 Ficha Nº 22

**1.2 Nombre del Atractivo:** CORREDOR ECOLÓGICO LLANGANATES – SANGAY.

**1.3 Categoría:** Sitio Natural

**1.4 Tipo:** Área protegida.

**1.5 Subtipo:** Corredor ecológico.



**Foto 21:** Corredor Ecológico Llanganates – Sangay,  
**Fotografía:** Equipo técnico

## 2. UBICACIÓN.

**2.1 Provincia:** Tungurahua.

**2.2 Cantón:** Baños. **2.3 Parroquia:** Matriz, Ulba, Río Verde y Río Negro.

**2.4 Latitud:** (UTM) 9819132 N

**2.5 Longitud:** (UTM) 17 0784535 E

## 3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

**3.1 Nombre del poblado:** Baños.

**3.2 Distancia:** Variada

## 4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

**4.1 Altitud:** 900-1700 m.s.n.m.

**4.2 Temperatura:** 12 - 26 °C.

**4.3 Precipitación Pluviométrica:** 2000- 4000 mm/año.

### 4.4 Ubicación del Atractivo

El Corredor Llanganates - Sangay se encuentra en las provincias de Tungurahua, Pastaza y Morona Santiago, en los cantones de Baños, Mera y Pañora abarcando una superficie de 41517 has (Viteri, 2002).

### 4.5 Descripción del atractivo

Fundación Natura con apoyo del Fondo Mundial para la Naturaleza inició en el año 2001 una investigación para identificar un posible corredor entre los parques Sangay y

Llanganates, siendo considera ésta como una zona WWF es decir como una zona donde es prioritaria la conservación de los recursos dentro de la Bioregión de los Andes del Norte; teniendo como resultados la conformación de un corredor ecológico que une estos dos parques.

Esta zona posee una gran importancia debido a la biodiversidad que presenta, siendo reconocido internacionalmente como un “Regalo de la Tierra” título que representa el más alto galardón otorgado a individuos u organizaciones comprometidas en conservar áreas boscosas naturales de interés.

Teniendo identificadas 195 especies de plantas endémicas, 91 de éstas son orquídeas, 48 de las cuales son nuevas para la ciencia y alrededor de 39 especies son estrictamente exclusivas para la zona del corredor (Plan de Manejo CELS, 2002), en cuanto a mamíferos se han registrado 101 especies.

Ante la importancia nacional e internacional que representa recibir tal reconocimiento, las municipalidades de los cantones: Baños (Tungurahua), Mera (Pastaza) y Palora (Morona Santiago), se han comprometido a manejar la zona del corredor bajo alguna categoría de protección.

Igualmente el Ministerio de Ambiente, en su calidad de normador, coordinador y controlador ambiental del país, ha considerado importante apoyar la creación del CELS, considerando la gran riqueza natural de la zona y la necesidad de involucrar y apoyar a los gobiernos seccionales en el manejo ambiental de sus territorios.

De las 101 especies de mamíferos registradas, 21 especies poseen algún grado de amenaza o no existen datos suficientes para caracterizar su estado de conservación (Tirira 2001). A esta lista hay que sumar 6 especies que en Ecuador no se consideran como amenazadas, pero que localmente están en riesgo por distintos motivos, especialmente por actividades humanas.

En lo referente a endemismo, el área de estudio alberga a 5 especies endémicas de aves compartidas con Colombia y Perú.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman.**

**Flora:** Entre las especies que podemos encontrar a lo largo de este gradiente altitudinal (900 – 1700 msnm) tenemos: *Ochroma pyramidale*, *Piptocoma discolor*, *Cedrela odorata*, *Cecropia andina*, *Cordia alliodora*, *Pourouma guianensis*, *P. cecropifita*, *Iriartea deltoidea*, *Astrocaryum chambira*, *Phytelephas macrocarpa*, *Cinchona officinalis*, *Sloanea fragans* y *Virola sebife*.

En la zona conocida como el Machay (Zona de amortiguamiento del PNLI, que esta dentro del CELS), los componentes florísticos más importantes son: *Zapoteca aculeata*, *Senna ruiziana*, *Erythrina edulis*, *Weinmannia sorbifolia*, *Clusia multiflora*, *Clusia lineata*, *Banadesia parviflora*, *Macrocarpae sodiroana*, *Heliocarpus americanus*, *Acalypha diversiflora*, *Tetrathylacium macrophyllum*, *Mollinedia ovata*, *Siparuna aspera*, *Hedyosmum rasemosum*, *Palicourea amethystina*, *Piper crassinervium*, *Ureba baccifera*, *Shaeropteris quindiuensis*, *Chamedoria linearis*, *Critoniopsis sp.*

En el dosel que alcanza entre los 25 y 35 m. está constituido por árboles de *Hyeronima duquei* y *Croton lechleri*, *Casearia mariquitensis*, *Calatola costaricensis*, *Ocotea oblonga*, *Cedrela montana*.

Entre las especies más representativas de fauna se encuentran: *Tapirus pinchaque* (Danta amazónica), *Tremarctos ornatus* (Osos de anteojos), *Panthera onca* (Jaguar) y *Mazama Rufina* (Cervicabra). *Didelphis alviventris* (Zarigüeya de orejas blancas), *Didelphis marsupialis* (Zarigüeya de orejas negras), *Chironectes minimus* (Raposa de Agua), *Monodelphis adusta* (Marsupial de cola corta), *Herpailorus yaguarondi* (Yaguarundi), *Leopardus pardalis* (Tigrillo), *Leopardus wiedii* (Tigrillo de cola larga), *Leopardus tigrinus*

(Tigrillo chico), *Panthera onca* (Jaguar), *Puma concolor* (Puma), *Nasuella olivácea* (Cuchucho andino), *Speothos venaticus* (Perro de orejas cortas), *Peropteryx macrotis* (Murciélago de sacos alares), *Furipterus horrens* (Murciélago orejas de embudo), *Artibeus concolor* (Murciélago frutero café), *Diphylla ecaudata* (Vampiro de patas peludas), *Micronycteris megalotis* (Murciélago orejudo común), *Micronycteris minuta* (Murciélago orejudo enano), *Cabassous unicinctus* (Armadillo rabo de carne), *Saguinus fuscicollis* (Chichico), *Aotus lemurinus* (Tutamono), *Cebus albifrons* (Mono machín) y *Lagothrix lagotricha* (Chorongo), *Agouti taczanowskii* (Sacha cuy). Plan de manejo CELS. Basada en UICN (1996 y 2000), Tirira (2001), WCMC (2001).

La zona se caracteriza por poseer bosque de neblina montano y bosque siempre verde montano bajo. Los ríos también son atractivos muy importantes, destacan los siguientes: Blanco, Río Verde, Río Negro, El Topo y Zuñag; por el mismo margen izquierdo recibe el Alpayacu, el Puyo mucho más al sur, el Capataza y el Bobonaza.

#### **4.7 Permisos y Restricciones.**

Al igual que en el resto de áreas protegidas se prohíbe toda clase de actividades ligadas a la extracción de flora y fauna del lugar, la caza indiscriminada de especies nativas, introducción de especies exóticas y realización de cualquier tipo de actividad no sustentable.

#### **4.8 Usos.**

**4.8.1 Usos actuales:** Atractivo turístico, actividades de ganadería, agricultura, comercio, lugar de asentamiento humano y de conservación de la biodiversidad propia del corredor ecológico.

**4.8.2 Usos potenciales:** Turismo científico, excursiones, caminatas, observación de flora y fauna.

**4.8.3 Necesidades:** Señalización, diseño y elaboración de senderos, capacitación de guías que puedan recorrer el lugar.

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO.**

**5.1 Estado:** En proceso de deterioro.

#### **5.2 Causas:**

Existe un plan de manejo del Corredor Ecológico Llanganates - Sangay, que se ha desarrollado para la conservación del sitio y el cual no se lo hace cumplir de la mejor manera.

### **6. ENTORNO.**

**6.1 Entorno:** En proceso de deterioro.

#### **6.2 Causas:**

Avance de la frontera agrícola, por tal razón el área de amortiguamiento del CELS no tiene un manejo sustentable de sus recursos naturales a pesar de existir un plan de manejo.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

**7.1 Tipo:** Terrestre.

**7.2 Subtipo:** Senderos.

**7.3 Estado de Vía:** Regular.

**7.4 Transporte:** Cualquier tipo de vehículo o bus interprovincial que cruza la carretera Baños – Puyo.

**7.5 Frecuencia:** Diaria.

**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año.

**7.7 Observaciones:** Para visitar el lugar se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para la caminata, bloqueador solar, gorra, agua para la caminata, poncho de aguas, botas de caucho y contratar los servicios de un guía que conozca el sector. Infraestructura turística

existente en el Cantón Baños, los diferentes poblados donde están situados los accesos ofrecen servicio de alimentación y en algunos casos de hospedaje.

## 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**9.1 Agua:** Entubada.

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema interconectado.

**9.3 Alcantarillado:** Pozo séptico.

## 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVO

**10.1 Nombre del atractivo:** Baños.

**10.2 Distancia:** Variada.

## 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO.

**11.1 Difusión:** Internacional.

## 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		52

## 13. JERARQUIZACIÓN:

Jerarquía III

## Anexo N° 2: Modelo de encuesta para estudio de mercado

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

La presente encuesta tiene como finalidad determinar la factibilidad de implementación de un complejo vacacional en sector Juive la Pampa, parroquia matriz, cantón baños, provincia de Tungurahua.

#### A. Información General

##### 1. Edad

- a. Entre 19 y 29 años   b. Entre 30 y 39 años   c. Entre 40 y 49 años   d. Entre 50 y 59 años e. Más de 60 años

##### 2. Procedencia.....

##### 3. Género

- a. Masculino   b. Femenino

##### 4. Estado civil

- a. Soltero   b. Casado   c. Divorciado   d. Viudo   e. Unión Libre

##### 5. Nivel de educación

- a. Primaria   b. Secundaria   c. Superior   d. Postgrado

##### 6. Situación laboral

- a. Empleado público   b. Empleado privado   c. Empresario   d. Estudiante   e. Otro

##### 7. Nivel de ingresos mensuales

- a. Entre \$1000-1500   b. Entre \$1501-2000   c. Entre \$ 2001-2500   d. Más de \$ 2500   e. Ninguno

#### B. Información específica

##### 8. Con qué frecuencia visita los destinos turísticos

- a. Fin de semana   b. Vacaciones   c. Feriados   d. Otros

##### 9. Motivo de viaje

- a. Amigos/familia   b. Vacaciones   c. Negocios   d. Estudios/investigación   e. Otros

##### 10. Le gustaría disponer de un Complejo Vacacional que satisfaga sus necesidades de descanso y recreación

- a. Si   b. No

##### 11. Qué servicios le gustaría que ofrezca el Complejo Vacacional

- a. Restaurante y Bar   b. Parqueadero y seguridad   c. Hospedaje   d. Zona de camping   e. Área deportiva  
d. Piscinas   e. Sala de eventos   d. Spa.

##### 12. Cuánto estaría dispuesto a pagar por día por persona por los servicios prestados en el Centro Vacacional

- a. De \$10 a 20   b. De \$ 21 a 30   c. De \$ 31 a 40   d. De \$ 41 a 50   e. Más de \$50

##### 13. Con quién visita los lugares turísticos

- a. Pareja   b. Solo   c. Amigos   d. Familiares

##### 14. Cuánto tiempo permanecería en el Complejo Vacacional

- a. 1 día   b. 2 a 3 días   c. 4 o más días

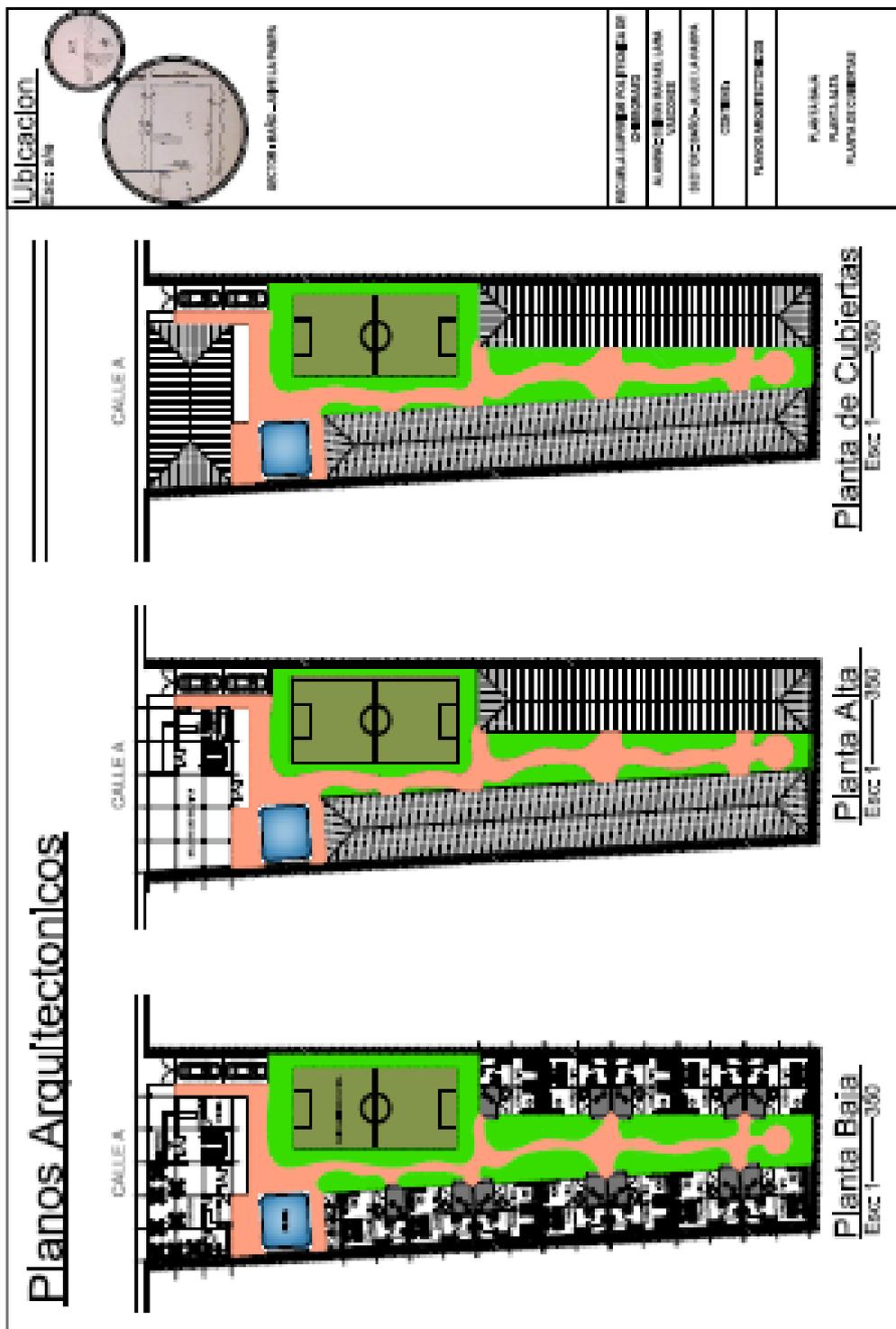
##### 15. Qué medio de comunicación utiliza frecuentemente para informarse

- a. Internet, guía de turismo   b. Agencias de viaje   c. Revistas   d. Otros

Gracias por su colaboración

Encuestador: Edison Lara

Anexo N° 3: Planos arquitectónicos (distribución de áreas)





Anexo N° 5 Planos fachadas

### Planos Arquitectonicos

### Fachada Principal

### Ubicación

Esc: 1:500

<b>UBICACION</b>	<p>Esc: 1:500</p>
<b>DESCRIPCION DEL PROYECTO</b>	<p>CONSTRUCCION DE UN CENTRO COMERCIAL</p>
<b>CLIENTE</b>	<p>SEÑOR JUAN PABLO GARCIA</p>
<b>PROYECTISTA</b>	<p>ING. JUAN PABLO GARCIA</p>
<b>FECHA</b>	<p>2023</p>
<b>PROYECTO</b>	<p>CONSTRUCCION DE UN CENTRO COMERCIAL</p>
<b>PROYECTISTA</b>	<p>ING. JUAN PABLO GARCIA</p>
<b>FECHA</b>	<p>2023</p>

## Anexo N° 6: Diseño de la página web del complejo Vacacional

COMPLEJO VACACIONAL  
EL VOLCÁN

HOME GALERÍA CONTACTOS SERVICIOS

Este encantador lugar cumple con todas las exigencias que el visitante necesita para disfrutar de una vanada gama de atractivos y actividades enfocadas a grupos que gustan de la naturaleza. Este maravilloso complejo dispone de un paisaje espectacular, con vista al volcán Tungurahua, por el cual lleva su nombre, está completamente equipado para brindar al visitante todas las comodidades que necesita para hacer de este lugar unas vacaciones inolvidables, podemos destacar que dentro del complejo están las siguientes instalaciones piscinas para adultos y niños, Bar-Restaurant, cabañas para hospedaje área deportiva para niños y adultos, actividades de animación, estacionamientos y sala para todo tipo de eventos.

Bar- Restaurant  
Hospedaje  
Area de Recreación  
Sala de eventos  
Area de Camping  
Piscinas

www.complejoelvolcan.com. Reservaciones: 0997876623

Anexo N° 7: Diseño de material publicitario (trípticos)

Área deportiva

CONTACTOS  
Web: [www.complejoelvolcan.com](http://www.complejoelvolcan.com)  
Email: [complejoelvolcan@gmail.com](mailto:complejoelvolcan@gmail.com)  
Celular: 0997876623

EL VOLCAN  
COMPLEJO VACACIONAL

Área de camping

UBICACIÓN  
Sector Juive La Pampa a pocos minutos  
del centro del Cantón Baños

TUNGURAHUA - BAÑOS

## COMPLEJO VACACIONAL EL VOLCAN



Este encantador lugar cumple con todas las exigencias que el visitante necesita para disfrutar de una variada gama de atractivos y actividades enfocadas a grupos que gustan de la naturaleza. Este maravilloso complejo dispone de un paisaje espectacular, con vista al volcán Tungurahua, por el cual lleva su nombre, está completamente equipado para brindar al visitante todas las comodidades que necesita para hacer de este lugar unas vacaciones inolvidables, podemos destacar que dentro del complejo están las siguientes instalaciones piscinas para adultos y niños, Bar-Restaurant, cabañas para hospedaje área deportiva para niños y adultos, actividades de animación, estacionamientos y sala para todo tipo de eventos,

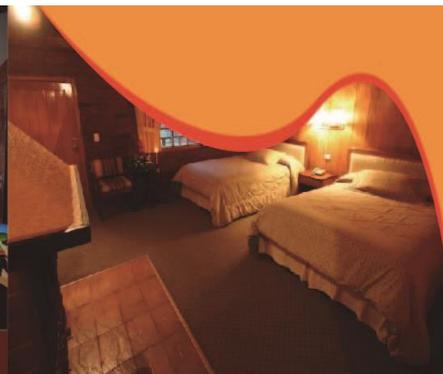
### SERVICIOS



Bar- Restaurant:  
comida típica de la costa sierra y oriente



Cabañas: con habitaciones simples, dobles  
y triples a \$20,00 por persona  
(incluye un desayuno)



Sala para eventos



Piscinas: adultos y niños



## Anexo N° 8: Diseño de Merchandising (llaveros, camisetas, gorras)



## Anexo N° 9 Presupuesto referencial de la obra

PRESUPUESTO REFERENCIAL DE OBRA						
OBRA: HOSTERIA						ÁREA  1403,82 m2
UBICACIÓN: BAÑOS - JUJUE LA PAMPA						
FECHA: DICIEMBRE DEL 2013						
EDISON RAFAEL LARA VASCONES						
ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANT	P.UNIT	VALOR	ESPECIFICACIONES
1	Nivelacion y replanteo	m2	1403,82	0,70	982,67	MANUAL
2	Excavacion general y desalojo	M3	172,80	6,50	1123,20	MANUAL
3	Piedra bola bajo plinto	m3	15,60	15,00	234,00	BASALTO NEGRO
4	Replanteo de hormigon simple	m3	3,60	105,00	378,00	HORMIGON SIMPLE
5	Plintos de hormigon armado	m3	2,00	360,00	720,00	FC2'10 KG/CM2, FY4200
6	Muros de hormigon ciclopeo	m3	21,00	130,00	2730,00	FC 180 KG/CM2
7	Relleno de lastre	m3	20,00	8,50	170,00	LASTRE
8	Cadena de amarre de HA	m3	17,70	340,00	6018,00	FC2'10 KG/CM2, FY4200
9	Columnas de hormigon armado	m3	138,24	400,00	55296,00	FC2'10 KG/CM2, FY4200
10	Contrapiso de hormigon simple	m2	947,00	15,00	14205,00	E:7CM FC 2'10 KG/CM2
11	Losa de hormigon armado	m2	316,00	60,00	18960,00	ESPESOR 20CM ALIVIANADA
12	Paredes ladrillo maleta	m2	1318,50	9,00	11866,50	MORTERO 1:3
13	Enlucido vertical	m2	2637,00	7,50	19777,50	MORTERO 1:3
14	Enlucido horizontal	m2	400,00	8,50	3400,00	MORTERO 1:3
15	Instalaciones electricas de tomas	Punto	83,00	36,00	2988,00	CABLE # 12
16	Instalaciones electricas alumbrado	Punto	117,00	32,00	3744,00	CABLE # 14
17	Caja de breakers	u	9,00	65,00	585,00	GENERAL
18	Instalaciones de AAPP	Punto	52,00	25,00	1300,00	PUNTOS DE AGUA POTABLE
19	Instalaciones sanitarias	Punto	78,00	21,00	1638,00	PUNTOS DE AGUAS SERVIDAS
20	Tubería 1/2 " PVC-R	ML	257,00	5,36	1377,52	TUB DE PVC DE PRESION
21	Canalización AASS de PVC-D	ML	303,50	12,80	3884,80	TUB DE PVC DE DESCARGA
22	Caja de revision	u	14,00	75,76	1060,64	MAMPOSTERIA Y TAPAS DE H.S.
23	juego de baño	u	16,00	180,00	2880,00	ECONOMICO EDESA
24	Mezon de cocina y lavadero	ML	6,40	90,00	576,00	LOSETA DE HA Y GRANITO
25	Puerta principal	u	2,00	410,00	820,00	MADERA LAUREL
26	Puerta posterior	u	1,00	160,00	160,00	METALICA
27	Puertas interiores	u	32,00	90,00	2880,00	MADERA LAUREL
28	Pintura general	m2	3037,00	3,50	10629,50	PINTURA DE CAUCHO
29	Ceramica en piso	m2	870,00	21,00	18270,00	CERAMICA GRAIMAN
30	Ceramica en paredes de baños	m2	128,00	20,00	2560,00	CERAMICA GRAIMAN
31	Anaqueles de cocina	ml	6,00	180,00	1080,00	MADERA LAUREL
32	Fregadero cocina un pozo	u	2,00	110,00	220,00	ACERO INOXIDABLE
33	Ventana de aluminio y vidrio negro 0,04 mm	m2	130,00	75,00	9750,00	ALUMINIO Y VIDRIO
34	Cubierta de teja	m2	777,00	13,69	10637,13	CUBIERTA DE teja
35	Estructura madera	ml	730,00	3,50	2555,00	vigas de madera
<b>TOTAL GENERAL</b>					<b>215456,46</b>	

